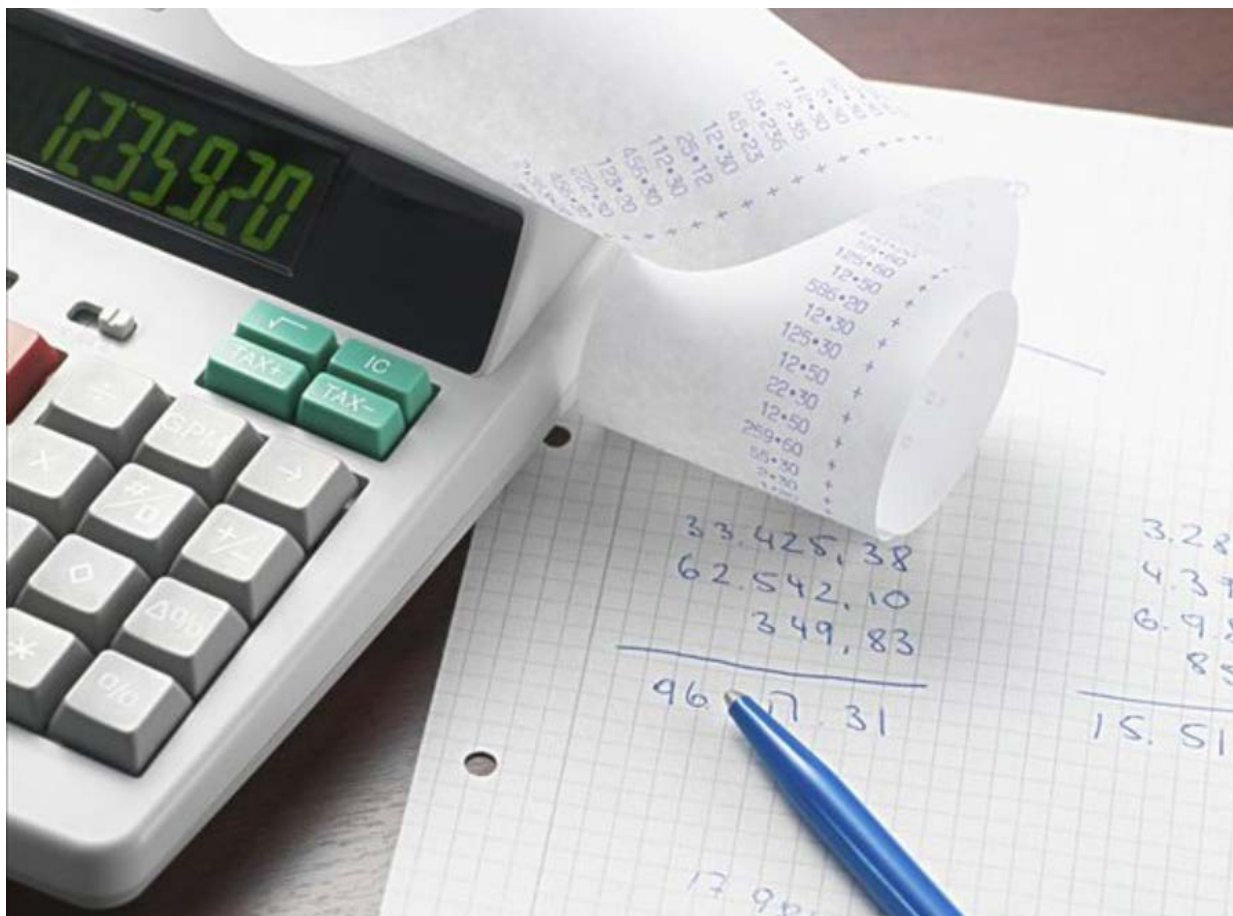




普通高等职业教育
电子商务专业
人才培养方案及核心课程标准
(2022年4月30日)



广西现代职业技术学院
GUANGXI MODERN POLYTECHNIC COLLEGE

目 录

附件 1:.....	3
广西现代职业技术学院关于制订 2022 级专业人才培养方案的指导意见	3
附件 2.....	11
高等职业教育电子商务专业 2022 级人才培养方案	11
附件 3.....	45
电子商务专业人才需求与专业改革	45
调研报告	45
附件 4:	49
专业核心课程标准	49
《校企综合电商项目运营》课程标准	49
《内容电商运营实战》课程标准	63
《网店金牌客服》课程标准	72
《电子商务视觉设计》课程标准	85
《网店商品摄影与后期处理》课程标准	100
《网店美工》课程标准	119
《电子商务网页设计与制作》课程标准	130
《商务数据分析与应用》课程标准	149
《网店运营基础》课程标准	161
《网店推广》课程标准	171
《短视频营销》课程标准	180
附件 5.....	192
人才培养方案专业建设指导委员会评审意见表	错误!未定义书签。
附件 6.....	错误!未定义书签。
专业人才培养方案系部自查表	错误!未定义书签。
附件 7.....	错误!未定义书签。
广西现代职业技术学院人才培养方案审核表	错误!未定义书签。
附件 8.....	错误!未定义书签。
人才培养方案调整（变更）审批表	错误!未定义书签。

附件 1:

广西现代职业技术学院关于制订 2022 级专业 人才培养方案的指导意见

各二级学院:

专业人才培养方案是职业院校落实党和国家关于技术技能人才培养总体要求，组织开展教学活动、安排教学任务的规范性文件，是实施专业人才培养和开展质量评价的基本依据。为落实《国家职业教育改革实施方案》，推进国家教学标准落地实施，更好地适应区域经济发展和行业企业对技术技能人才的要求，深化工学结合的人才培养模式改革，加强内涵建设，提高人才培养质量，结合我院实际，现就我院 2022 级各专业人才培养方案制定提出如下指导意见：

一、方案制订基本依据

- (一) 国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知（国发〔2019〕4 号）；
- (二) 教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见（教职成〔2019〕13 号）
- (三) 关于做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知（教职成司函〔2019〕61 号）
- (四) 教育部办公厅国家发展改革委办公厅财政部办公厅关于推进 1+X 证书制度试点工作的指导意见（教职成厅函〔2019〕19 号）
- (五) 教育部关于印发《高等职业学校物流管理专业实训教学条件建设标准》等 21 项职业教育教学标准的通知（教职成函〔2019〕9 号）
- (六) 关于发布《高等职业学校种子生产与经营专业教学标准》等 347 项高等职业学校专业教学标准的公告
- (七) 广西壮族自治区人民政府关于印发《广西职业教育改革实施方案的通知》（桂政发〔2019〕35 号）
- (八) 自治区教育厅关于做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知（桂教职成〔2019〕38 号）
- (九) 教育部印发《普通高等学校高等职业教育（专科）专业设置管理办法》和

《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录（2015 年）》的通知（教职成〔2015〕10 号）

（十）中共中央国务院关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见

（十一）教育部关于印发《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》的通知（教社科〔2018〕2 号）；

（十二）教育部关于加强新时代高校“形势与政策”课建设的若干意见（教社科〔2018〕1 号）；

（十三）关于切实加强学校体育工作促进学生健康成长的实施意见（桂教规范〔2015〕6 号）；

（十四）教育部办公厅关于印发《大学生职业发展与就业指导课程教学要求》的通知（教高厅〔2007〕7 号）；

（十五）关于深化高等学校创新创业教育改革实施方案的通知（桂政办发〔2016〕50 号）；

（十六）关于印发《广西高校学生心理健康教育基本建设标准实施意见（试行）》的通知（桂教思政〔2013〕23 号）；

（十七）《中共广西壮族自治区教育厅党组印发〈关于进一步加强广西高等学校学生心理健康教育工作的实施意见〉的通知》（桂教党〔2018〕38 号）；

（十八）自治区教育厅办公室关于转发《普通高等学校军事课教学大纲》的通知（桂教办〔2019〕25 号）；

其它有关教育部、自治区教育厅对公共课设置的文件要求。

二、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养复合型技术技能人才。

三、基本原则

（一）坚持育人为本，促进全面发展。全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进头脑，积极培育和践行社会主义核心价值观。传授基础知识与培

养专业能力并重，强化学生职业素养养成和专业技术积累，将专业精神、职业精神和工匠精神融入人才培养全过程。

（二）坚持标准引领，确保科学规范。以职业教育国家教学标准为基础遵循，贯彻落实党和国家在课程设置、教学内容等方面的基本要求，强化专业人才培养方案的科学性、适应性和可操作性。

（三）坚持遵循规律，体现培养特色。遵循职业教育、技术技能人才成长和学生身心发展规律，处理好公共基础课程与专业课程、理论教学与实践教学、学历证书与各类职业培训证书之间的关系，整体设计教学活动。

（四）坚持完善机制，推动持续改进。紧跟产业发展趋势和行业人才需求，建立健全行业企业、第三方评价机构等多方参与的专业人才培养方案动态调整机制，强化教师参与教学和课程改革的效果评价与激励，做好人才培养质量评价与反馈。

四、人才培养方案制订主要内容及要求

专业人才培养方案应当体现专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，包括专业名称及代码、入学要求、修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置、学时安排、教学进程、总体安排、实施保障、毕业要求等内容，并附教学进程安排表等。

（一）教学周数及学时规定

1. 三年制高职教学总周数为 117 周，其中第一学期 19 周（含新生报到和军训等两周），第二学期至第五学期为 20 周（含考核和机动各 1 周），第六学期 18 周（含机动 1 周）。

五年制高职教学总周数为 195 周，其中第一学期 19 周（含新生报到和军训等两周），第二学期至第八学期为 20 周（含考核和机动各 1 周），第九、十学期 18 周（含机动 1 周）。

2. 三年制高职各专业的教学活动的总学时控制在 2800-3200 学时，总学分为 140-150 学分，周学时为 26~30 学时。

五年制高职各专业的教学活动的总学时控制在 4500-4800 学时，总学分为 220-230 学分之间，前两年为中职阶段、后三年为高职阶段。

3. 三年制高职各专业的课堂教学应尽量按照“前紧后松”的原则进行安排，以保证学生在有充裕的时间进行毕业（顶岗）实习与参加就业招聘活动。

（二）课程设置

按课程性质分为必修课程和选修课程两大类，其中必修课分为公共必修课和专业必修课，选修课又分为专业选修课（限选课）和公共选修课（任选课）。

必修课是保证实现培养目标和培养规格的基本课程，学生必须修读培养方案规定的所有必修课程。

选修课是为扩大学生知识面，培养和发展学生兴趣和潜能，提高综合素质，以及根据专业方向、专业知识结构或职业拓展的需要而设置的课程，学生应选修一定科目的选修课程。

1. 公共必修课（共 33.5 学分）

（1）思想政治课（共 8 学分）

《思想道德修养与法律基础》（简称“思与法”，3 学分）安排在第一学期完成，设为统考科目；

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（简称“特色理论概论”，4 学分）安排在第二学期完成，设为统考科目；

《形势与政策》（1 学分）采用讲座形式，安排在 1-4 学期，每学期 8 节，设为考查科目，由思想政治课教学部制定方案组织实施。

（2）心理健康教育（共 2 学分）

《大学生心理健康教育》（2 学分）安排在第 1 或第 2 学期，设为考查科目，由心理健康教研室组织实施。

（3）体育与健康（共 6 学分）

设 6 学分，安排在第 1.2.3 学期，设为考试科目，考核方式灵活多样，由体育部组织实施。

（4）就业创业教育（共 4 学分）

《大学生创新创业教育》（2 学分）安排在第三学期；《生涯规划与就业指导》（2 学分），安排在第四学期。两门课程均设为考查科目，由创新创业教研室组织实施。

（5）英语（普高班共 6 学分，2+3/3+3 班级 3 学分）

《大学英语》（6 学分）安排在第 1、2 学期，普高班开课，设为统考科目；《应用英语》（3 学分）安排在第 2 学期，2+3/3+3 班级开课，设为考试科目。两门课程由

英语教研室组织实施。

(6) 计算机应用基础（共 3 学分）

《计算机应用基础》（3 学分）安排在第 1 或第 2 学期，其中机电工程系，建筑工程系，信息与电气工程系（计应计网专业），教育系（小教专业）第 1 学期开设，财经与商贸系，资源工程系，信息与电气工程系（非计应计网专业），教育系（学前教育专业）第 2 学期开设，设为考试科目，由基础教研室组织实施。

(7) 军事课（共 4 学分）

由《军事理论》《军事技能》两部分组成，共 4 学分，安排在第 1 学期，由学生工作处在军训期间组织实施。

(8) 安全教育（共 1.5 学分）

设 1.5 学分，安排在第 1-4 学期，通过班会课、班级活动形式开展，由法治保卫处组织实施。

(9) 劳动教育课程（共 1 学分）

设 1 学分，安排在第 1-4 学期，通过班会课、班级活动及实习实训等形式开展，由学生工作处和各系组织实施。

2. 专业必修课

专业必修课是为反映专业特点和人才培养目标而设置的课程。各专业要依据《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录》（2022 版）、《高等职业学校专业教学标准（2018 年）》及相关行业标准等，结合“1+X”证书试点工作，以能力为核心，面向行业职业需求，优化课程设置和教学内容，紧密联系生产劳动实际和社会实践，突出应用性和实践性，将技能鉴定、证书培训内容纳入课程设置体系中，注重学生职业能力和职业精神的培养。

3. 公共选修课

(1) 《中国共产党简史》（1 学分），限定选修课，第一学期开设，由思想政治课教学部制定方案组织实施。

(2) 《红色文化和传统文化概论》（1 学分），限定选修课，第二学期开设，由思想政治课教学部制定方案组织实施。

(3) 《大学语文》（2 学分），由各系根据需要酌情安排，安排的学期由各系自定。

(4) 《高等数学》《应用数学》《经济数学》(2 学分)，由各系根据需要酌情安排，安排的学期由各系自定。

(5) 开设艺体生活、自然科学、人文社科、知识工具等模块的网络选修课程，每个学期选修 1 个模块，共计 4 学分。

根据各系课程特点需要开设的公共选修课由各系自行安排。

4. 专业选修课

专业选修课是为拓展学生专业能力，巩固和深化学生的专业知识而设置的课程。

(三) 实践教学

实践教学包括实验、实训课、上机、实习、课堂设计、毕业实训(设计)、军训等教学环节，实践教学学分(学时)原则上占教学活动总学分(学时)的 50%以上。

1. 全校统一安排的集中实践环节：入学/毕业教育 0.5 学分，军事训练 2 学分，实习教育 0.5 学分。

2. 认知实习、综合见习等学分由各专业根据培养目标和基本规格要求确定，不少于 3 学分。

3. 毕业设计(论文)由各系根据专业特点自行安排在第四、五或六学期，共 4-8 周，设 4-8 学分。

4. 顶岗实习以“周”为单位，每周按 30 节计算，不少于六个月，设 24 个学分。

(四) 创新实践教育

为倡导和鼓励学生积极参与科学研究、技术开发、学科竞赛、文体活动及各类社会实践活动，激发和培养大学生的创新精神、创新意识和就业创业实践能力，提高我院学生的人文素养、科学素质和艺术修养，结合共青团“第二课堂成绩单”制度推广实施，总体安排创新实践教育活动。总学分不少于 6 学分，包括公共必修课中《大学生创新创业教育》课程 2 学分，创新实践拓展学分 4 学分(根据《广西现代职业技术学院学生创新实践学分管理办法》《广西现代职业技术学院第二课堂成绩单制度实施办法》认定)。

(五) 学分规定

1. 学分规定

学期学分(每学期必修课与选修课学分之和)：不超过 30 学分。

毕业学分：各专业学生毕业应达到的总学分为 140—150 学分（含创新实践学分 6 学分），其中必修课学分应占毕业学分的 80%（112-120 学分），选修课占 16%（22-24 学分），创新实践学分占 4%（6 学分）。必修课、选修课、创新实践学分之间不能互相替代。

2. 学分计算

课程学分的计算以课程在人才培养方案中安排的课时和课程的性质与地位为依据，一般以学期为单位时间进行阶段学分的统计。各专业总学分为 150-160 学分，其中公共必修课为 30 学分，公共选修课为 8-10 学分，专业课学分根据各专业课程情况自行分配。

（六）毕业要求

根据国家有关规定、专业培养目标和培养规格，结合专业实际，进一步细化明确学生毕业要求。严把毕业出口关，确保学生毕业时完成规定的学时学分和教学环节，结合专业实际组织毕业考试(考核)，保证毕业要求的达成度，坚决杜绝“清考”行为。

五、其它要求及注意事项

（一）人才培养方案是实施人才培养的重要纲领性文件，是确保人才培养目标实现的根本保障，也是组织教学活动的首要依据。各系要高度重视，精心组织，认真调研论证，要坚持以人才培养质量提升为核心，以应用能力培养为主线，以人才培养模式创新与实践为根本，不断加强学生“学”与“用”的紧密结合，科学合理优化课程体系，确保人才培养工作质量。

（二）各系在制订 2020 级人才培养方案时，应根据教育部、自治区教育厅下发文件精神，按照《高等职业学校专业教学标准》要求，结合“1+X”证书试点工作，根据职业技能等级标准和专业教学标准要求，将证书培训内容有机融入专业人才培养方案，优化课程设置和教学内容，统筹教学组织与实施，深化教师教材教法“三教”改革，既要有继承，更应有创新，不断提高人才培养的灵活性、适应性、针对性。

（三）为保证人才培养方案的科学性和准确性，其制订必须由专业教师集中讨论，并征询相关行业（企业）和专家的意见。由教研室主任或专业带头人执笔统稿，两个以上承担本专业课程教学的教师、分管教学主任进行审核，交各专业建设指导委员会审定，相关执笔者和审核人均需签字。

（四）各系所负责制（修）订的专业按照我院 2020 年的招生计划确定。

（五）专业名称要使用全称并认真核查专业代码，课程名称要使用全称。

（六）为便于管理，各专业的公共课应按统一课程标准执行（相同教学大纲、课时、进程、授课、考核）；统一专业大类各专业的相同课程也尽量按照同一标准执行。

附件 2

高等职业教育电子商务专业 2022 级人才培养方案

一、专业名称及代码

电子商务（620405）

二、学制与学历层次

（一）学制：基础年限 3 年，有限年限 3-5 年

（二）学历层次：普通专科

三、入学要求

参加普通高考招生考试的普通高中、中职毕业生

四、职业面向

电子商务专业的毕业生主要面向文案、美工、策划、运营、推广等方向。

表 1 电子商务专业就业职业领域和主要工作岗位表

序号	职业领域	初始岗位	发展岗位	职业岗位 升迁 平均 时间/ 年
1	文案	文案助理	内容运营主管	5 年
2	美工	美工助理	设计主管	5 年
3	策划	策划助理	策划总监	8 年
4	运营	运营助理	运营主管	8 年
5	客服	客服专员	客服主管	2 年

五、人才培养目标与规格

（一）培养目标

1. 育人目标

全面贯彻党的教育方针,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,落实立德树人根本任务。教育引导学生掌握科学理论知识和技能,坚定“四个自信”,

厚植爱国主义情怀，自觉维护国家荣誉、国家利益和民族团结，培育和践行社会主义核心价值观，继承和弘扬中华优秀传统文化，树立正确的世界观、人生观和价值观，树立法治意识，培养身心健康、德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

2. 专业培养目标

本专业主要面向各类企事业单位培养与市场经济相适应，具有良好的职业道德、敬业精神、诚信守法、开拓创新、团结协作、创业精神和健全体魄等素质，掌握电子商务、移动电子商务、农村电商互联网运营推广等基础知识和网店运营相关知识，具备农村电商的商务数据采集与分析、数据运营、网络营销、网络客户服务与管理、物流配送等校企合作项目电商平台运营能力，能够从事农村电商网店规划与运营与推广、新媒体运营和网络客户服务管理农村电商项目运营等工作，适应校企合作项目、现代电子商务发展、网络零售企业、小微型电子商务和电子商务创新创业所需要的高素质技术技能人才。培养具备一定的文字功底，具有创新思维，能写出说服阅读者和引发共鸣的文案。培养态度好，客服话术规范的专业客服人才，向人工智能客服发展。

（二）培养规格

1. 职业素质要求

- （1）具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。
- （2）具备网络交易安全意识，能防范个人信息泄露，辨别网络欺诈，采用正规渠道实施网络买卖与支付。
- （3）具有执行能力、应变能力，团队协作与承压能力。
- （4）具有良好的语言表达和沟通能力。
- （5）具有较强的逻辑思维能力并能独立处理问题。
- （6）具有一定的创新能力。
- （7）具有正确的就业观和自觉的创业意识。
- （8）热衷于农村电商特色产品的探索，研究，推广。
- （9）具有正确的世界观、人生观、价值观。
- （10）具有职业 生涯规划意识。
- （11）具有创新创意思维和文字策划能力。

(12) 具有稳定的心理素质，较强的抗压能力。

(13) 具有“国家利益至上”的信念。

(14) 具有诚信、担当精神。

2. 知识结构及要求

(1) 具备大专或者高等职业教育所必需的文化基础知识，以及本专业所必需的理论基础知识。

(2) 掌握本专业所必需的电子商务、网络营销、物流等基本理论知识。

(3) 掌握计算机网络知识和操作技能又有传统市场营销知识和经验。

(4) 掌握市场与网络营销、营销策划、营销技术等基本知识。

(5) 掌握网络营销工具的使用方法。

(6) 熟悉整个电子商务流程的相关操作。

(7) 熟悉民族文化，民族特色的基本情况。

(8) 熟悉校企合作项目的运营工作的运营知识。

(9) 掌握电商文案写作的基本要求和获取流量的文案写作技巧。

(10) 熟悉网店客服的基本工作流程和几大基本场景的话术回复技巧。

(11) 熟悉视频剪辑制作相关知识。

(12) 熟悉短视频营销相关知识。

3. 能力结构及要求

(1) 具有熟练使用计算机网络的操作技能。

(2) 具备网店内容维护与管理能力。

(3) 具备网店运营管理、网络交易管理能力。

(4) 具备推广网站及网上产品的能力。

(5) 具有网络营销策划与实施的能力。

(6) 具有电子商务物流应用的能力。

(7) 具备数据分析应用能力。

(8) 具有一定的接受和处理信息的能力，社交能力和合作精神。

(9) 具有应用电子商务整个流程的能力。

(10) 具备运用电子商务知识自主创业的能力。

(11) 具备剖析农特优产品的卖点，故事的能力。

- (12) 具备电子商务文案创新的能力。
- (13) 具备专业的网店客服人员话术回复能力。
- (14) 具备针对粽子产业学院的视频剪辑制作的能力。

4. 职业证书要求

- (1) 握计算机基本操作和常用软件的使用，获得全国计算机应用能力一级证书。
- (2) 学生毕业前应获得电子商务专业 1+X 网店运营推广等职业资格证书的其中一个。

表 2 电子商务专业职业岗位与对应职业资格证书关系

序号	职业岗位	职业资格证书名称	发证单位	等级	考证学期
1	运营助理	1+X 网店运营推广	鸿科经纬	初级	第二学期
2	网络推广	1+X 网店运营推广	鸿科经纬	中级	第三学期

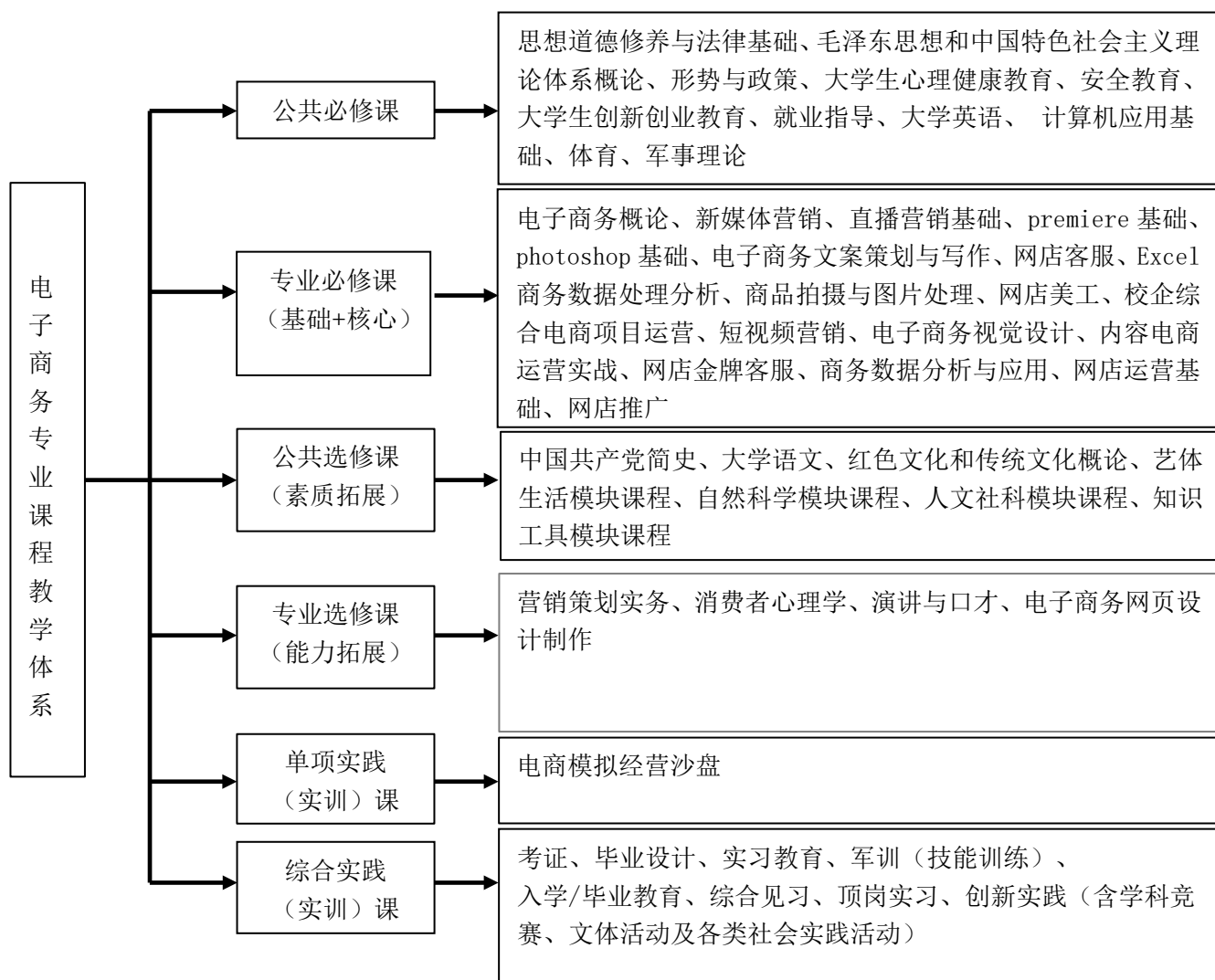
六、人才培养模式

为了实现以上培养目标,在课程体系安排上贴近社会、贴近生产、贴近生活,以校企合作粽子产业基地为依托,实行“学校—企业—社会”相结合的培养机制,把综合素质和职业能力的培养贯穿于整个教学活动的始终。

七、核心课程

(一) 课程建设思路:

1. 根据专业培养目标和人才培养规格构建课程类型和体系,由公共必修课、专业必修课(含专业理论课和专业技能课)和专业拓展课(含公共选修课和专业选修课)三大类构成:



2. 岗位→能力→课程

通过粽子产业基地电商模块下的真实运营，对电子商务专业岗位工作的主要职责、工作任务、工作流程、工作对象、工作方法、所需的知识与能力等方面的分析，明确岗位职业能力，进行能力的组合或分解，以工作过程为参照系，基于认知规律和职业成长规律，构建专业主要课程。

表 3 电子商务专业“岗位→能力→课程”一览表

序号	工作岗位	典型工作任务	岗位能力与知识、素质要求	课程名称
1	编辑文案专员	文案广告撰写	知识：熟悉各类电子商务领域信息，文案创造策略的知识。 能力：电子商务的信息收集处理、文案创作，	电子商务概论 电子商务文案策划与写作

			文案工具操作。擅长网络软文编撰及广告文案的策划执行，有较强的文字撰写能力。 素质：过硬的商务职业道德，较强的组织协调能力和应变能力。具有敏锐的市场洞察力和较强的创新意识。	
2	平面设计师	平面海报制作	知识：熟悉平面广告图的结构与内容、消费者心理、广告基础 能力：LOGO 设计、画册海报、宣传页、广告图片设计与制作、图像拍摄与处理 素质：具有团队合作意识、创新变革意识，敏锐的市场洞察力、具有校企合作的项目意识。	电子商务视觉设计 电子商务 Photoshop 基础
3	网店美工	网店装修	知识：熟悉线上各大电商平台店铺的结构与内容 能力：制作产品的主图，详情页设计，直通车图设计，钻展图设计；店铺首页店招、轮播图、促销图设计的制作等。 素质：具有深厚的美术功底及良好的创意构思能力，很好把握视觉色彩与图片布局，思想敏锐灵活，锻炼学生校企合作项目执行坚韧不拔的求精精神。	网店美工
4	网页设计师	网页设计	知识：熟悉电商网页的结构与内容，pc 网页和手机响应式规则，重视用户体验 能力：页面编辑、文字排版、色彩搭配，独立完成电商平台的页面的排版。 素质：具有优秀的审美以及独特的网页设计创意，对网页页面色彩敏感、注重细节，拥有沟通、协调、理解能力，能够清晰合理的向客服阐述创意理念，具有良好的提案技巧，提高学生校企项目合作新时代创新精神。	电子商务网页设计与制作
5	网店运营与推广专员	seo 优化	知识：熟悉网店的运营内容、各类网店运营规则、推广渠道及策略，校企合作项目产品基础知识 能力：网店日常运营维护，推广工具的使用，营销方案的撰写与实施，校企合作项目电商运营实战能力	网店运营 网店推广
6	网络营销专员	网络营销策划	素质：分析问题、解决问题的能力，勇于创新、敬业乐业的工作作风，敢于担当迎难而上的电商精神	网络营销 网店推广 商务谈判

7	商业 审核 数据 运营 专员	数据分析	知识：熟悉订单收集整理汇总删选处理的相关知识。 能力：具有 excel 表格的使用能力。 素质：具有严谨求实、开拓创新的治学态度。	商务数据分析与应用
8	电子 商务 物流 专员	订单发货	知识：物流产生和发展的过程、现代物流管理的理念、现代物流的功能及环节、智慧物流、云物流展趋势。 能力：采购、运输、仓储、无人库存管理、配送、物流信息技术等实务方面的一些技能。 素质：具有良好的人际交往能力、团队合作精神和创新意识。	网店运营
9	网 络 客 服 专员	客服答疑	知识：掌握客户的详细资料；掌握网上客户沟通、管理及物流配送的基本知识、掌握网上支付、结算及交易安全的基本常识，具备客户服务与管理知识。熟悉商品知识、掌握语言听说读写知识、互联网知识、物流知识、订单跟进知识、外贸进出口流程知识。 能力：具有客服工具与用户关系管理系统使用的能力，谈判能力、客户接待能力及纠纷处理、客户资源管理能力。；语言知识能力、订单跟进能力、粽子产业学院客户关系维护及处理能力。 素质：具有团队合作意识、诚信经营意识、创新变革意识，敏锐的市场洞察力、勇于开拓市场意识；具备逻辑思维辨别能力、“国家利益至上”的信念、具有诚信、担当精神。	网店金牌客服
10	短 视 频 后 期 制 作	短视频剪辑	知识：了解 Premiere Pro CC 2019 基础知识；了解短视频的特征和优势，短视频的渠道类型、内容类型及生产方式类型，以及短视频的商业变现方式；了解制作短视频需要做哪些前期准备工作，短视频制作团队的组建方法，掌握短视频的策划方法；掌握短视频的构图要素，短视频构图的基本原则；了解国内外新媒体行业发展的历史、现状及趋势。 能力：能够拍摄短视频，剪辑、包装与发布短视频；能够对短视频进行合理构图；具有调色、抠像与合成的能力；具有创建字幕与字幕特技的能力；具有为音频加入音频效果的能力；具有新媒体采编的基本技能以及良好的口头与文字表达能力。	premiere 基础 短视频营销

			素质：具备短视频行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规；具有坚定的政治信仰、强烈的社会责任感、正义感和职业道德修养；具有一定的创新意识和开拓精神，具备新媒体营销与管理的研究能力；具有职业必须的人文关怀、职业敏感性、敬业精神。	
--	--	--	---	--

（二）专业实践教学体系

（1）实践教学主要采取实训作业、实训设计、案例分析、上机操作、岗位模拟训练、毕业实习等形式进行和评定成绩。凡是已经实行统一鉴定考试的专项技能课，必须参加有关部门组织的鉴定考试，并取得一定的等级证书。

（2）毕业实习及毕业设计由商务系统统一安排（或自主选择，但必须办理正式手续），实习结束后要完成毕业设计作业，并通过设计答辩。

（三）专业主要（核心）课程简介

专业核心课程的有关内容见下表：

1. 校企综合电商项目运营

（1）课程目标：

借助电商平台展开粽子学院项目运营，培养学生对粽子行业零售市场的敏锐洞察能力，让学生能够使用互联网技术或各种电子商务平台帮助电子商务企业完成供求信息发布、营销信息推广、平台电商店铺运营、新媒体渠道拓展推广、企业库存管理、客户管理及服务、订单处理与结算过程以及确定配送方案并完成配送、售后服务跟踪等过程。通过对课程内容的学习，使学生能够比较系统全面地掌握企业电子商务物流、信息流、资金流以及商流的运作过程，进一步培养学生全盘运作企业商业项目流程的能力，提高学生管理协调能力的同时进一步提高学生大局意识，培养适合社会发展需求的电子商务专业人才。

（2）主要内容：

- 1) 校企网店运营前期准备工作
- 2) 打造校企店铺品牌
- 3) 打造爆款
- 4) 校企店铺优化与管理
- 5) 利用淘宝促销活动提升销量

- 6) 三大利器推广商品
- 7) 站外推广挖掘潜力客户
- 8) 网店数据分析
- 9) 淘宝 SEO 搜索引擎优化
- 10) 物流与客服管理

(3) 教学要求:

1) 利用好第一堂课深入校企合作粽子基地,以岗促教,运用真实企业店铺为校企合作企业运营策划,提升整体项目运营意识

2) 具备良好的电子商务以及移动电子商务等专业知识储备清楚网店运营的基本概念、工作范畴与人员要求并能进行网店定位与商品分析

3) 清楚淘宝开店的方法,以及淘宝的运作规则

4) 具备良好的沟通能力与组织协调能力

5) 具备数据分析与总结能力

6) 具备良好的执行能力

7) 掌握商品推广的基本方法

2. 短视频营销

(1) 课程目标:

本课程旨在培养学生短视频拍摄与剪辑工作岗位中,熟练掌握短视频策划、脚本撰写、拍摄、剪辑等职业技能,能够策划、拍摄和剪辑出较高水平的短视频作品,能够结合粽子产业学院在淘宝网、抖音等电商平台、短视频平台上展示和传播,具有较强的产品视频策划和执行能力,能够制作相应的短视频广告,培养学生短视频策划、拍摄、剪辑、特效制作、字幕制作、音频编辑等职业技能。

本课程注重实操性、实用性,重点让学生能够结合粽子产业学院掌握短视频拍摄和制作的流程与方法,培养实际操作能力。

(2) 主要内容:

- 1) 了解短视频的概念和分类
- 2) 了解不同的短视频平台
- 3) 了解短视频策划
- 4) 了解短视频制作

- 5) 了解短视频运营
- 6) 了解短视频大号的案例
- 7) 了解短视频变现

(3) 教学要求:

- 1) 能够拍摄短视频, 剪辑、包装与发布短视频。
- 2) 能够对短视频进行合理构图。
- 3) 能够结合粽子产业学院拍摄相应的抖音短视频, 对抖音短视频进行后期处理, 制作短视频封面图。
- 4) 能够根据案例讲解制作粽子产业学院宣传片。
- 5) 能够根据短视频内容编辑相应的短视频文案。
- 6) 能够具备良好的新媒体采编技能以及良好的口头与文字表达能力。
- 7) 能够具备良好的新媒体文化产品制作与营销、新媒体推广的能力。

3. 电子商务视觉设计

(1) 课程目标:

本课程使学生掌握常用的设计工具, 熟练运用多种设计技术, 具备店铺设计、制作美观大气并能够体现商品的基本技能, 在课程中引入粽子产业学院, 在课堂教学中与学生一起进行产业学院项目的开发和设计, 并实现教学内容项目化、学习情境职业化、学习成果社会化, 培养与美工岗位零距离的人才, 以促进产教融合。在课堂中利用粽子产业学院的产品、技术和生产流程等, 学生能够独立制作出符合粽子产业学院线上淘宝、微店店铺的 logo、店招、详情页、主图等设计。

(2) 主要内容:

- 1) 认识电商视觉设计
- 2) 电商网站视觉配色设计
- 3) 店铺标志视觉设计
- 4) 店铺首页视觉设计
- 5) 商品详情页视觉设计
- 6) 高点击率推广图片视觉设计
- 7) 网店促销活动页视觉设计
- 8) 移动端网店的用户体验设计

9) 手机移动端淘宝店铺视觉设计

10) 手机移动端微店视觉设计

(3) 教学要求:

1) 掌握网页与平面构成、色彩、版面设计的关系

2) 掌握颜色值的配置和背景图案的设置方法, 熟练掌握字符、链接颜色的设置方法

3) 掌握重复、渐变、发射的构成练习

4) 掌握特异、肌理、图与底、对比、韵律等平面使用方法

5) 掌握使用滤镜对现成的图像进行处理

6) 掌握熟练掌握图案填充的技巧

7) 掌握相关工具和技巧的混合运用, 绘制出各种图案效果

8) 能够运用美术思想来设计制作具有观赏性的网页页面

4. 商品拍摄与图片处理

(1) 课程目标:

本课程是使学生从零基础开始, 系统专业的学习摄影的知识, 对构图和光线运用达到更高的层面, 结合粽子产业学院研究如何给企业拍摄的注意事项, 配备及人像摄影中的方法, 并且研究粽子产业学院的产品在各类环境下的拍摄, 同学们需要到产业学院进行大量的拍摄练习, 在拥有拍摄基础的同时, 注重创作性和独立思考能力的培养, 学习完本课程可独立运作粽子产业学院淘宝、微店店铺及从事商业摄影师工作。

(1) 主要内容:

1) 网店商品摄影的基本要求

2) 商品拍摄的设备与技法

3) 商品拍摄的构图与用光技巧

4) 服装商品的拍摄

5) 鞋类商品的拍摄

6) 箱包类商品的拍摄

7) 珠宝首饰类商品的拍摄

8) 数码产品类商品的

- 9) 日用百货类商品的拍摄
- 10) 壮乡寿源粽等美食类商品的拍摄

(2) 教学要求:

- 1) 掌握摄影的基本技能, 懂得照片的评析
- 2) 能对服装类、数码类、首饰类等商品进行拍摄
- 3) 能对拍摄好的商品图片进行裁剪与倾斜矫正商品拍摄的轻微变形
- 4) 能对拍摄好的商品图片进行抠图
- 5) 能对拍摄好的商品图片调整图像大小, 变像素总质量以及分辨率
- 6) 能对拍摄好的商品图片进行色阶, 曲线和色相饱和度调整
- 7) 能制作并批量添加水印, 防止图片被盗

5. 网店美工

(1) 课程目标:

通过本课程的学习, 使学生了解网店美工必须掌握的实操技能, 并以粽子产业学院项目工作流程为导向, 将企业中需要掌握的知识和技能进行单项训练, 熟练掌握素材的规划, 利用 photoshop 进行商品图片美化的流程。通过本课程的学习, 培养学生对文字、图像、颜色搭配等的处理能力, 用粽子产业学院企业模式培养学生的职业能力, 实现真正意义上的高校与产业学院的无缝连接, 为学生今后能够熟练运用网店美工这门课程在企业工作中打下坚实的基础。

(1) 主要内容:

- 1) 网店美工和基本技能
- 2) 网店配色与图片素材收集
- 3) 网店商品图片美化
- 4) 店铺 LOGO 与店招视觉设计
- 5) 店铺首页视觉设计
- 6) 推广图片视觉设计
- 7) 详情页视觉设计
- 8) 无线端店铺视觉

(2) 教学要求:

- 1) 能够用不同的方法对照片进行裁剪、抠图;

- 2) 掌握几种不同的商品照片的调色方法;
- 3) 掌握商品图片主副图的挑选和图片背景优化方法;
- 4) 掌握美化商品图片的方法, 能够调整商品色差;
- 5) 掌握主图模板制作方法, 能有效突出商品卖点;
- 6) 能够根据粽子产业学院的淘宝店铺风格和商品制作店招、宝贝分类栏、自定义内容区、掌握推荐宝贝区、推广区;
- 7) 掌握网店视觉营销的基本方法;
- 8) 能够根据店铺风格和商品制作宝贝详情页

6. 电子商务网页设计制作

(1) 课程目标:

通过这门课程使学生掌握常用的网页设计工具, 熟练运用多种网页设计技术, 具备网页设计、制作及站点管理的基本知识和基本技能, 根据校企合作的项目, 学生们能够独立制作出关于粽子产业学院的静态网站。

(2) 主要内容:

构建电子商务网站

- 1) 使用 Photoshop 制作网页版面
- 2) 使用 Flash 制作网页广告动画
- 3) 使用 Dreamweaver 添加网页元素
- 4) 使用 CSS 样式美化网页
- 5) 使用 DIV+CSS 布局网页
- 6) 使用行为和表单
- 7) 制作网页特效
- 8) 认识动态网站
- 9) 网站的发布测试与优化

(3) 教学要求:

- 1) 能够熟练制作简单页面
- 2) 能够创建本地站点并能在网页中设置各种超链接
- 3) 能够对网页进行具有创意的美化
- 4) 能够制作有创意的网页动画

5) 能够掌握网页设计与制作的相关技巧

6) 能够根据粽子产业学院的需要制作出广西寿源食品有限公司官方网站

7. 内容电商运营实战

(1) 课程目标:

通过内容电商运营实战,学生应该掌握内容电商运营的相关知识,用优质的内容实现电商的精准变现,充分理解内容电商运营的基本内容和方式,更好地将内容与电商结合起来,实现内容的引流、流量的变现,更好的在校企合作粽子产业基地中应用内容电商,孵化新媒体账号,培育品牌粉丝,为后期变现提供基础。

(2) 主要内容:

- 1) 认识内容电商
- 2) 三大内容电商表现形式
- 3) 店铺开通与商品选择
- 4) 内容打造与内容运营
- 5) 内容电商的推广与营销
- 6) 客户服务
- 7) 校企合作粽子产业基地内容平台孵化

(3) 教学要求:

学生应当能够了解内容电商的基础知识,包括什么是内容电商、内容电商的运作模式和核心、内容电商的产业环境、优势与缺陷,以及内容电商的表现形式、店铺开设、内容打造与运营、内容营销与推广、客户服务等。学生具备通过内容进行营销的能力,能够开设网店并选择商品,并选择合适的表现形式进行内容的营销与推广、客户服务与维护,能够利用图文、视频和直播等形式根据实际营销需求进行内容营销。

8. 网店金牌客服

(1) 课程目标:

通过本课程的讲解、演练与粽子产业基地实战,促进学生更好地掌握网店客服的基本理论,提高网店客服人员的实际运用和操作能力。该课程旨在培养专业的网店客服人员,系统地介绍了网店客服的基本工作,客户心理,客服售前、售中和售后工作中出现的问题及解决办法,客服工作的考核标准,客服关系的维护,

客服团队的管理等内容。

（2）主要内容：

- 1) 客服体验
- 2) 读懂客户心理
- 3) 给客户完美的售前体验
- 4) 给客户满意的售中、售后体验
- 5) 读懂这些数据
- 6) 用心经营客户关系
- 7) 科学管理客服

（3）教学要求：

- 1) 熟练掌握网店客服的工作内容、网店客服的价值影响等基本知识。
- 2) 熟悉客户的八大消费心理及应对措施的相关知识，了解不同消费群体的心理差异的相关知识。
- 3) 熟练掌握客服专业性体验、合理选择体验、价格优惠体验、商品支付体验等相关知识。
- 4) 掌握售中服务体验的相关知识，售后问题、纠纷、中差评的处理技巧。
- 5) 掌握询单转化率、客单价、旺旺响应速度、商品退款率等相关知识。
- 6) 学会维护客户关系、记录详细的客户信息，掌握搭建客户互动平台、区分客户等级、打造客户忠诚度的相关知识。
- 7) 掌握客服的招聘、培训、考核的相关知识，熟练掌握客服的激励机制的相关知识。

9. 商务数据分析与应用

（1）课程目标：

在校企合作粽子产业基地现有平台的基础上，以 Excel 在电商运营商务数据分析中的实际应用为主线，主要从电商卖家自身、商品、顾客、进销存管理、竞争对手，以及行业状况等方面对商务数据分析进行了深入讲解。

（2）主要内容：

商务数据分析与应用基础、使用 Excel 管理店铺信息、商品销售情况管理、买家购买情况分析与评估、商品销售情况统计与分析、商品采购成本分析与控制、

商品库存数据管理与分析、畅销商品统计与分析、竞争对手与行业状况分析，以及销售市场预测分析等。

（3）教学要求：

- 1) 掌握商务数据的知识、商务数据的流程与方法；
- 2) 从商务数据的知识入手，掌握商务数据的分析方法。同时，针对网店运营的各个环节，对用户画像、市场行情、店铺运营、营销推广等方面能够熟练分析，加强对知识的理解与运用；
- 3) 针对网店运营的现状分析存在的问题，根据数据分析的结果提出改善对策；
- 4) 培养数据分析时谦虚、谨慎和务实的工作精神；
- 5) 案例分析与讨论要求学生分组，分担任务，学习配合；
- 6) 通过小组发言、提交案例报告提高数据分析能力；
- 7) 了解新的商务数据分析方法，掌握更多分析工具的应用技巧，不断提升数据分析的能力。
- 8) 运用数据分析手段对校企合作粽子产业基地线上店铺进行数据分析。

10. 网店运营基础

（1）课程目标：

本课程涉及网店装修、网店基础操作、网店客户服务 3 个关键工作领域，涵盖商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等 9 个典型工作任务。全面学习网店运营的要求、方法与技巧，旨在培养读者对网店运营的系统化思维与实践方法，同时掌握网店运营的核心知识与核心技能，利用 1+X 证书制度，施行课证融通，提升学生专业技能，并将技能融于校企合作粽子产业基地实际运营中，切实夯实网店运营的基础能力。

（2）主要内容：

内容包括网店开设、网店装修、网店基础操作、网店客户服务、运营数据分析 5 个理论模块，9 个单元及配套的多个实训任务。

（3）教学要求：

- 1) 从整体上了解网店开设的条件、主流的电商与跨境电商平台，不同平台

申请的门槛以及与网店运营相关的法律法规,对网店运营的环境和载体有所了解。

2) 能够对商品的首页、详情页以及自定义页进行布局设计、学会撰写销售文案增强吸引力、掌握商品主图、细节图及营销图的设计技巧,提高商品转化率。

3) 能够完成商品上传与维护,设置营销活动,同时完成日常订单的管理,提升买家购物体验 and 店铺的 DSR, 进而提高复购率。

4) 掌握客服的知识准备以及交易促成技巧,同时了解客户岗位进阶的路线。

5) 能学会利用常用的数据分析工具对网店的运营状况以及网店的客户评价进行分析,并能根据分析结果制定简单的运营方案。

11. 网店推广

(1) 课程目标:

本课程以搜索引擎推广、信息流推广等岗位(群)所对应的技能要求为主线,融合了淘宝直通车推广、速卖通推广、百度推广、今日头条推广的核心推广技能,从网店推广认知、SEO 优化、SEM 推广、信息流推广四个模块,总结提炼了网店推广的核心知识体系,提升了网店推广的理论高度和实用性,运用校企合作粽子产业基地网店进行推广,落实提升推广技能。

(2) 主要内容:

内容包括 SEO 优化、SEM 推广以及信息流推广 3 大工作领域。在培训组织形式上,利用虚拟仿真实训软件进行模拟训练,力求做到理论与实践相结合,将知识传授、职业能力培养有机结合起来,巩固和加强对知识的理解,并学以致用。

(3) 教学要求:

从整体上了解网店推广目前发展的基本情况,掌握基本网店推广技巧,拥有网店推广新思维,为下面几个模块的学习奠定基础。

能够了解 SEO 的工作原理及排名机制,通过关键词词库搭建、标题制作与优化和详情优化,完成 SEO 优化工作。

能根据项目背景制定合理科学的搜索推广策略,能够在符合平台规定的情况下完成搜索推广账户搭建,能根据营销目标,完成推广计划与推广组的优化,关键词选词与出价优化、推广创意与人群定向的优化。

能根据项目背景,制定合理科学的信息流推广策略,能够在符合平台规定的情况下,完成信息流推广账户的搭建,能根据营销目标,完成信息流推广计划与

推广组的优化，受众定向优化、创意与落地页的优化。

（四）公共必修课程简介

1. 思想道德修养与法律基础

《思想道德修养与法律基础》是我国高校本专科学生必修的一门思想政治理论课程，其课程内容分三个部分。一是思想政治教育，包括“人生的青春之问”“坚定理想信念”“弘扬中国精神”“践行社会主义核心价值观”等主题，帮助大学生树立正确的人生观，确立科学的理想信念，承续民族精神和时代精神，积极培育践行社会主义核心价值观。二是道德教育，包括“明大德守公德严私德”等主题，帮助大学生理解道德的本质和作用，继承中华民族优秀美德和中国革命道德，提升个人品德。三是法治教育。包括“尊法学法守法用法”等主题，帮助大学生了解社会主义法律的特征和运行，引导大学生积极培养法治思维，合理行使法律规定的权利和义务。

2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课程是我国高校本专科学生必修的一门思想政治理论课程。本课程以马克思主义中国化为主线，集中讲授马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验；以马克思主义中国化最新成果为重点，全面把握中国特色社会主义进入新时代，系统讲授习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署。

3. 形势与政策

《形势与政策》课程是帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程，是第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略的重要渠道。通过本门课程的学习，及时、准确、深入地推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进学生头脑，宣传党中央大政方针，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，培养担当民族复兴大任的时代新人。

4. 大学生心理健康教育

《大学生心理健康教育》是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共必修课程，适用于高等教育专科层次的一年级学生。本课程由大学生心理健康基础知识、大学生心理困惑及异常心理、大学生生命教育与心理危机干预、大学生压力管理与挫折应对、大学生学习心理、大学生情绪管理、大学生人际交往、大学生性心理及恋爱心理、大学生的自我意识与培养、大学期间生涯规划及能力发展等方面内容构成。通过本门课程学习，使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

5. 体育与健康

《体育与健康》是以身体练习为主要手段，以增强学生体质、增进健康和提高体育素养为主要目标的一门公共必修课程。通过本课程学习，一是培养学生参与锻炼的积极性，使他们能自觉、积极、经常地参与锻炼，实现身体运动的参与目标，掌握科学锻炼身体的基本原理和方法，用科学的理论知识指导实践；二是掌握一项或多项自己较为喜欢的运动项目和锻炼方法，并在某一方面形成一定的爱好和兴趣，为终身体育锻炼打好良好的基础；三是学生根据学科、专业的不同，掌握合理的、有效的预防职业病的手段和方法。

6. 大学生创新创业教育

《大学生创新创业教育》既是面向全院学生开设的公共必修课，也是一门“双创教育”通识课。通过本课程的学习，培养大学生的创新创业意识，提高创新创业能力，使学生懂得如何抓住创业机会与资源整合，如何撰写创业计划书以及筹集创业资金，掌握创业政策与法规，最终开办新企业，服务社会、贡献社会，为社会创造更多价值。为适应我国经济发展新常态，为建设创新型国家、实现“两个一百年”奋斗目标提供人才智力支持。

7. 生涯规划与就业指导

《生涯规划与就业指导》是面向全体学生开设的一门必修课程，由生涯规划与就业指导两大部分构成，旨在帮助学生进行生涯规划及进行就业方面的指导。

通过本课程的学习,使学生掌握职业生涯规划基本原则和方法、当前的就业形势、就业政策及法规、目标职业对个人专业技能、通用技能和个人素质的要求、求职的方式、就业信息收集的途径和求职信息的分析与利用、求职材料的准备要求,掌握求职信及简历的写法、掌握面试礼仪、面试的基本类型与应对技巧以及面试的注意事项,有效地提高学生的就业质量及长远的职业生涯规划。

8. 大学英语

《大学英语》是我院大学一年级非英语专业普高班开设的一门公共必修课,旨在巩固学生中学阶段所掌握的基本听说读写技能的基础上,经过 136 学时的教学,使学生掌握一定的英语基础知识和技能,具有一定的听、说、读、写、译的能力,从而能借助词典阅读和翻译有关英语业务资料,在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流,并为今后进一步提高英语的交际能力打下基础,也为学生进一步学习相关专业提供一个获取信息的重要工具,为专业学习提供有力的支撑和辅助作用,有利于各专业学生形成较强综合职业能力和创业能力。

9. 计算机应用基础

《计算机应用基础》课程是高职院校所有专业的一门公共必修课程。该课程是面向社会各个职业岗位的需求,采用理实一体项目化教学模式,具有很强的实践性和应用性。要求学生在掌握计算机操作基本技能的同时,对计算机技术、多媒体技术、通信和网络技术等的应用有比较好的基础,并能较熟练使用 Windows10 和 Office2016 的主要软件,能使用多媒体软件对图像和动画等进行简单的处理。

10. 军事课

《军事理论》以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,结合习近平强军思想,紧紧围绕国防教育、国家人才培养和国防后备力量建设的需要,重点向学生介绍中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等方面的军事理论知识和传授军事训练、轻武器射击、战术训练、防卫技能、战时防护训练、综合训练等方面的军事技能,从而使学生增强国防观念和国家安全意识,强

化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进学生综合素质的提高，为培养高素质后备兵员打下坚实基础。

11. 安全教育

大学生安全教育是高校思想政治教育和学生管理工作的一项重要内容，也是大学生素养构建过程中不可或缺的重要组成部分。《安全教育》课程以讲授与大学生群体密切相关的公共的安全知识为主，包括国家安全、消防安全、治安安全、交通安全、食品安全、舆情信息安全、心理安全和生理安全等内容。通过学习帮助大学生更多了解和掌握安全知识和技能，提高个人的安全意识，规范安全行为，在面对纷繁复杂的危机时能够准确判断，把握自救、他救机会，确保生命安全，使每一位大学生都能平安、快乐的度过美好的大学时光。

12. 劳动教育

《劳动教育》是面向全体学生开设的一门必修课程。本课程以普及劳动科学理论、基本知识作为教育的主要内容，以讲清劳动道理为教育的着力点，通过有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，在出力流汗的实践锻炼中感悟劳动的价值，深入理解劳动实践对于立德树人的重大意义，树立正确的劳动态度，形成正确的劳动观，真正在思想意识层面和劳动实践层面切实认识和领会“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的深刻道理及其重大意义，从而真正树立起尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的意识。

八、课程考核与毕业要求

（一）课程考核方式、方法与成绩评定

1. 必修课、选修课和实践性教学环节，都要进行考核。课程考核要重视理论与实践相结合，考核采用考试或考查方式，考试通常采用闭卷形式，对于教学内容以技能学习为主（占 50%以上）、独立设置的实践课、综合实训课，可采用半开半闭卷的形式考核，即理论知识的考核采用闭卷形式，技能考核采用开卷形式。考查可采用灵活多样的形式（如开卷、半开卷、现场操作考核等）。鼓励引进企业、用人单位参与学生学习成绩的评定。

2. 课程成绩考核评定。要根据学生上课学习纪律、参与课堂讨论和回答问题、完成作业和实习见习报告、测验与课程论文和期末考核等进行综合评定。公

共必修课和公共选修课的成绩，期考占 70%，平时占 30%；专业课的成绩，分理论考试成绩、技能操作考试成绩和平时成绩三个部分，其中理论考试成绩占 40%，技能操作考试成绩占 40%，平时表现占 20%。

3. 逐步建立专业课程试题库（试卷库），实行考教分离。

（二）学生毕业要求

学生应达到如下要求，才能取得毕业资格。

1. 思想品德考核合格。
2. 修完人才培养方案规定的课程和教学项目，考核合格，达到毕业学分要求
3. 握计算机基本操作和常用软件的使用，获得全国计算机应用能力一级证书。
4. 参加与本专业有关的岗位顶岗实习，并达到技能的基本要求，成绩合格。
5. 完成实践性教学环节（职业技能训练），成绩合格。
6. 第二课堂活动达到学生工作部要求的学分。
7. 必须获得以下必考职业资格证书的 一 种。

序号	职业资格证书名称	必考/ 选考	职业 等级	颁发证书部门
1	1+X 网店运营推广（初级）	选考	初级	北京鸿科经纬科技有限公司
2	1+X 网店运营推广（中级）	选考	中级	北京鸿科经纬科技有限公司

九、教学实施建议与要求

（一）专业师资条件要求

1. 校内专任教师要求

配备一支专业的教师团队，中级职称以上占 60%，双师型教师占 80%，职称结构合理，教学科研能力强。

2. 企业兼职教师要求

配备一支专门的企业教师队伍，深入课堂教学时间达到总课时的 40%，将企业的市场营销服务和管理经验带给学生，使学生更好的将理论知识与企业岗位技能对接，实现理论结合实际的教学结构。

（二）实训实习基地条件要求

1. 校内实训基地：

(1) 实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运存，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务普通专用机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

(2) 实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

(3) 实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

(4) 实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

(三)专业教学资源库建设要求(包括教材与课程网站等的建设)

在人才培养模式、专业标准、课程标准、教材、考核评价标准、习题与试题、案例、课件、精品课程、网络课程等方面，具有与高职人才培养相适应的教育教

学资源，具体见下表：

项 目	资源情况
人才培养模式	建立人才培养方案
专业标准	根据岗位要求制定专业标准
课程标准	根据岗位能力制定课程标准
教材（讲义）	各科制定讲义
课程考核与评价标准	各科制定考核与评价标准
习题、试题（含答案）、案例	建立题库
电子课件	各科建立电子课件
精品课程	逐步筹建精品课程，并责任到人
网络课程	在建中

（四）毕业论文（设计）的组织实施

毕业生需在进行一年的实习的基础上，根据自己的实习内容撰写毕业论文（设计），该毕业论文（设计）安排于第四学期进行。学生必须在专业指导老师的指导下，严格完成毕业论文的撰写并通过，方可认定其完成学业要求。

（五）毕业顶岗实习的组织实施

学生的实习期为两个学期，顶岗实习采用学生自行顶岗实习与学校安排统一实习的方式。实习期间由校内指导老师与企业指导同时进行实习的安排和监督，学生将学校及专业要求的实习内容完成上交相关实习材料并同时得到校内指导老师及企业指导老师的认可后，方可认定为实习合格。

（六）教学模式与方法的应用

专业教学组织遵循以能力为本位，注重职业技能培养的高职教育教学理念，采用理论实践一体化教学、校内仿真实训、校外企业实习的教学组织形式。理论实践一体化的教学以专任教师为主、兼职教师为辅，校内仿真实训由专任教师、兼职教师、实训指导教师共同完成，通过分岗实训、混岗实训相结合的形式组织实训教学；校外实习以校外指导教师为主、校内指导教师为辅，通过认知、实践等形式接触企业的营销、经营管理等业务。

（七）教学质量的评价与控制方法

1. 教学评价包括诊断性评价、形成性评价和总结性评价。

(1) 教学实施前, 对学生进行调查了解, 掌握学生已有的知识水平、能力发展情况以及学习上的特点、优点与不足, 了解学生的学习准备状况及影响学习的因素。根据工作过程系统化的思路, 设计学习领域、学习情境, 选择教学内容、教学方法和教学组织形式, 因材施教, 顺利实施教学。

(2) 教学实施中, 观察学生学习状况, 发现学生在学习过程中存在的问题, 寻找教学实施方案本身存在的不足, 指导学生掌握正确的学习方法和学习技巧, 及时调整教学组织实施方案。

(3) 教学实施后, 评定学生学习成绩, 考核学生掌握知识、技能的程度和能力水平以及达到教学目标的程度。通过对毕业生的跟踪调查、就业单位意见反馈和社会评价, 对专业标准的合理性、适应性和毕业生的质量以及教学组织的满意度进行考察, 为修订专业标准和教学实施方案提供依据。

2. 考核办法与考核标准

(1) 学习领域理论课程考核办法

学习领域课程通过对学习过程和学习结果的评价, 对学生的知识和能力进行综合考核。其中, 理论知识由教师通过对学生学习过程和结果的考核评定, 实训操作由教师根据学生操作过程和结果的考核评定, 课程综合成绩由理论知识成绩与实训操作成绩按一定权重进行综合评定。

(2) 实践课程考核办法

实践实训课程主要包括: 校企综合电商项目运营、电商模拟沙盘、摄影摄像、Photoshop 及其他实训项目。实训课程的考核以实际操作考核为主, 将过程考核与结果考核结合起来, 既考虑学生个人实践操作能力, 也评定学生在实践活动中的协调能力和沟通能力。

十、教学活动安排

（一）教学活动时间分配表

序号	教 学 活 动		各学期时间分配（周）						合计
			一	二	三	四	五	六	
1	教学活动时间 （110 周）	课程教学（含实习、实训和考试）	16	19	19	19	0	0	73
2									
3		顶岗实习					14	17	31
4		毕业论文(设计)					4		4
5		职业资格培训考证							
7	其它活动时间 （7 周）	新生报到、入学教育和军训	2						2
8		实习教育					1		1
9		节日放假或机动	1	1	1	1	1	1	6
合 计			19	20	20	20	20	18	117
备注：毕业论文(设计)、 职业资格培训考证时间由各系根据专业特点自行安排，列入相应位置，三年总周数 117 周。									

（二）课程设置及教学进程安排表

1.公共必修课（共 584 节，33.5 学分，占总课时的 18.66%，占总学分的 22.41%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数						开课单位	备注
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六		
									19 周	20 周	20 周	20 周	20 周	18 周		
1	ggbx0009	思想道德与法治	B	3	48	42	6	考试 笔试/开卷	3/16						思政部	
2	ggbx0010	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	64	58	6	考试 笔试/开卷		4/16					思政部	
3	ggbx0011	形势与政策	A	1	32	32		考查	8 节/ 学期	8 节/ 学期	8 节/ 学期	8 节/ 学期			思政部	
4	ggbx0090	军事理论	A	2	36	36		考查	讲座						军事理论课教研室	
5	ggbx0012 ggbx0013	大学生心理健康教育	B	2	24	16	8	考查	2 节/ 单双周	2 节/ 单双周					心理健康教研室	
6	ggbx0001	安全教育	A	1.5	24	24		考查	讲座	讲座	讲座	讲座			法治保卫处	
7	ggbx0005	大学生创新创业教育	B	2	32	20	12	考查			2/16				创新创业教研室	
8	ggbx0004	就业指导	B	2	36	28	8	考查				2/18			创新创业教研室	
9	ggbx0006 ggbx0007 ggbx0008	体育	C	6	104	16	88	考查	2/16	2/18	2/18				体育部	
10		应用英语	B	4	72	36	36	考试 笔试/开卷		4/18					英语教研室	
11		计算机应用基础（电子商务方向）	C	5	96	0	96	考试 机试/闭卷	6/16						电子商务教研室	
12	ggbx0093	劳动教育	C	1	16	0	16	考查	讲座	讲座	讲座	讲座			学生工作处	
合 计				33.5	584	308	276		13	12	5	3				

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

2. 公共选修课（共 84 节，8 学分，占总课时的 4.6%，占总学分的 5.35%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数						开课单位	备注
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六		
									19 周	20 周	20 周	20 周	20 周	18 周		
1	ggbx0051	红色文化和传统文化概论	A	1	18	18		考查		8 节/学期					马克思主义学院	限定选修
2	ggxx0027	中国共产党简史	A	1	18	18		考查	8 节/学期						马克思主义学院	限定选修
3		艺体生活模块课程	A	1	18	18		考查	讲座						教务处	
4		自然科学模块课程	A	1	18	18		考查		讲座					教务处	
5		人文社科模块课程	A	1	18	18		考查			讲座				教务处	
6		知识工具模块课程	A	1	18	18		考查				讲座			教务处	
7		大学语文	B	2	36	18	18	考查				2/18				
合 计				8	144	126	18		1	1	0.5	2.5				

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

1. 《中国共产党简史》《红色文化和传统文化概论》为限定选修课、
2. 艺体生活、自然科学、人文社科、知识工具模块为网络选修课程，每个模块必须选修 1 学分。
3. 根据各系课程特点需要开设的公共选修课由各系自行安排。

3. 专业基础课（必修）（共 624 节，33 学分，占总课时的 19.94%，占总学分的 22.07%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数					
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六
									19 周	20 周	20 周	20 周	20 周	18 周
1	cmbx0101	电子商务概论	B	3	64	40	24	考试	4/16					
2	cmbx0104	新媒体营销	B	3	64	40	24	考试	4/16					
3	cmbx0121	直播营销基础	B	4	72	40	32	考试			4/18			
4	cmbx0122	premiere 基础	B	2	36	20	16	考试			2/18			
5	cmbx0110	photoshop 基础	B	3	64	40	24	考试	4/16					
6	cmbx0105	电子商务文案策划与写作	B	4	72	40	32	考试		4/18				
7	cmbx0108	网店客服	B	2	36	20	16	考试		2/18				
8	cmbx0115	Excel 商务数据处理分析	B	4	72	36	36	考试		4/18				
9	cmbx0112	商品拍摄与图片处理	B	4	72	36	36	考试			4/18			
10	cmbx0113	网店美工	B	4	72	36	36	考试				4/18		
	合 计			33	624	348	276		12	10	10	4		

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

4.专业核心课（共 540 节，30 学分，占总课时的 17.25%，总学分的 20.07%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数					
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六
									19 周	20 周	20 周	20 周	20 周	18 周
1	cmbx0124	校企综合电商项目运营	B	4	72	40	32	考试				4/18		
2	cmbx0125	短视频营销	B	4	72	40	32	考试				4/18		
3	cmbx0111	电子商务视觉设计	B	4	72	40	32	考试		4/18				
4	cmbx0123	内容电商运营实战	B	4	72	40	32	考试			4/18			
5	jgbx0113	网店金牌客服	B	2	36	20	16	考试			2/18			
6	cmbx0116	商务数据分析与应用	B	4	72	36	36	考试			4/18			
7	cmds0102	网店运营基础	B	4	72	36	36	考试		4/18				
8	cmbx0126	网店推广	B	4	72	36	36	考试			4/18			
	合 计			30	540	288	252			8	14	8		

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

5. 专业拓展课（选修）（共 216 节，6 学分，占总课时的 2.3%，占总学分的 2.68%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数					
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六
									19 周	20 周	20 周	20 周	20 周	18 周
1	cmbx0114	电子商务网页设计制作	B	2	36	16	20	考试				2/18		
2	cmgx0001	商务礼仪	B	2	36	20	16	考查				2/18		
	合 计			4	72	36	36					10		

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

6. 单项实践（实训）课（共 64 节，3 学分，占总课时的 2.04%，占总学分的 2.01%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数					
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六
									19 周	20 周	20 周	20 周	20 周	18 周
1	jgxx0056	电商模拟经营沙盘	C	3	64	0	64	考查	4/16					
	合 计			3	64	0	64		4					

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

7.综合实践（实训）课（共 1102 节，38 学分，占总课时的 35.21%，总学分的 25.42%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数						开课单位	备注
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六		
									19 周	20 周	20 周	20 周	20 周	18 周		
1	ggbx0002	军事技能	C	2	112		112	考查	2 周						学生工作处	
2	ggbx0003	入学/毕业教育	C	0.5	30		30	考查	1 周						各二级学院	
3	jgzs0004	综合见习	C	3	90		90	考查		1 周	1 周	1 周			各二级学院	
4	jgzs0001	实习教育	C	0.5	30		30	考查					1 周		各二级学院	
5	ggbx0034	顶岗实习	C	24	720		720	考查							各二级学院	
6	ggbx0035	毕业设计（论文）	C	4				考查				4 周			各二级学院	
7	ggbx0093 ggbx0094 ggbx0095 ggbx0096	创新拓展实践	C	4	120		120								团委	
合 计				38	1102	0	1102									

注：

1. 毕业设计（论文）根据专业需要自行安排，不少于 4 周，第 6 学期录成绩。
2. 顶岗实习不少于 24 周，第 6 学期录成绩。
3. 创新拓展实践主要记录“第二课堂成绩单”成绩，由团委根据《广西现代职业技术学院第二课堂成绩单制度实施办法》认定，录入成绩。

8. 各教学项目学时数比例表

序号	教 学 项 目		学 时 数			占本专业总学时的比例	学分数	占本专业总学分比例	备 注
			总学 时数	理论教 学	实 践 教 学				
1	课程 教学	公共必修课	584	308	276	18.66%	33.5	22.41%	指课堂讲授、课堂讨论、习题课、课程试验（实训）等
		公共选修课	144	84	18	4.60%	8	5.35%	
		专业基础课	624	348	276	19.94%	33	22.07%	
		专业核心课	540	288	252	17.25%	30	20.07%	
		专业拓展课	72	36	36	2.30%	4	2.68%	
		合 计	1964	1106	858	62.75%	108.5	72.58%	
2	实践 教学	单项实践（实训）课	64	0	64	2.04%	3	2.01%	每周按 30 节计算
		综合实践（实训）课	1102		1102	35.21%	38	25.42%	每周按 30 节计算
		合 计	1166	0	1166	37.25%	41	27.42%	
总 合 计			3130	1106	2024	100%	149.5	100.0%	
理论与实践比例				35.34%	64.66%				

★毕业学分要求：140.5

(1) 必修课学分：96.5

公共必修课学分：33.5

专业必修课学分：63

(2) 选修课学分：14

公共选修课学分：8

专业选修课学分：6

(3) 实践教学学分：41

制定人：黄小艳

审核人：

2022 年 4 月 30 日

附件 3

电子商务专业人才需求与专业改革 调研报告

一、调研目的与对象

（一）调研目标

1. 了解用人单位对电子商务专业人才的需求状况,包括未来三年内人才需求量,对人才的学历层次要求和能力要求等;
2. 了解用人单位对大专层次专业人才的需求特征,我校在用人单位中的知名度及用人单位接受我校学生实习的可能性。
3. 通过开展调研,明确我系电子商务专业学生的培养定位,以进一步完善人才培养方案,以及为今后招生计划的制订,新增专业的设置等,提供参考意见和建议;并逐步建立经常性的反馈渠道和评价制度。

（二）调研对象

1. 电子商务相关企业从业人员
2. 电子商务行业协会成员
3. 电商行业内专家学者
4. 就业 2 年以上电子商务专业毕业生

二、调研方法与内容

（一）调研方法

电话访谈法、专家咨询法、问卷调查、网络调查等方法。

（二）调研内容

1. 企业对应届毕业生的要求与期望;
2. 历届毕业生对自身的就业现状的满意度调查;

三、调研结果与分析

（一）专业面向及人才需求分析

1. 在国家宏观经济层面

随着我国经济结构的调整和“两型”社会建设的需要，电子商务在各领域的应用日益广泛而深刻。2020年，我国网民人数已突破9亿；2018年我国B2B电子商务交易规模近22.5万亿；2020年全年全国网上零售额达到了117601亿元，比上年累计增长10.9%。由此可见，中小企业基于互联网应用的电子商务业务已进入爆发式增长的轨道，企业和市场对高素质技能型电子商务人才的需求日益紧迫。

2. 在对全省经济层面的分析

广西作为改革开放前沿阵地，在发展电子商务所需的环境、制度、技术、人才等各个方面都还有很大的发展空间。伴随着中国—东盟自由贸易区的建成，我区与东盟各国之间的贸易日益密切，同时大大刺激广西电子商务的发展。

3. 在我省中小企业的微观层面

我省开始告别漫长的电子商务应用推广的徘徊、犹疑、观望阶段，开始进入了电子商务业务的爆发式增长期。越来越多的中小企业在阿里巴巴上注册企业会员，以每家注册企业仅需1名电子商务专员计，我省电子商务应用性人才需求将达86万之众，这还不包括其它平台和其它形式的电子商务应用，并且这一数据还在急剧增长。

综上所述，我省中小企业电子商务应用性人才的需求，从数量上看，已经跨过规模增长的临界点，从质量上看，必将迎来一个追求品质和注重实效的挑战期。因此，只要我校努力提高电子商务专业办学水平，电子商务专业学生的就业出路就不存在问题。

（二）职业岗位群及工作任务分析

通过广泛的市场调查我们发现，在市场竞争日趋激烈数字经济时代，中小企业对网络商务营销类岗位以及商务网站的制作维护与推广类岗位高素质人才需求旺盛。通过对这些岗位的分析，我们确定了电子商务专业的培养方向是面向商务网站技术类岗位（如商务网页设计师、网站维护员等）、商务营销类岗位（如

网站编辑、网络产品经理、网络信息专员、网络贸易专员、电子商务专员、网络推广专员、网络客服专员等)。本专业根据企业人才需求特点来规划专业课程设置,以电子商务应用类岗位作为学生就业的主渠道。

(三) 企业比较注重学生的再学习能力与职业素质

学生在进入到工作岗位之后,很多在学校里学到的知识用不上,同时还要重新学习很多工作方面的新知识,这就要求学校在向学生传授知识的同时也应该培养学生的学习与理解能力。另外也有学生工作后不能吃苦耐劳、好高骛远、不肯脚踏实地的工作,给企业带来了很大麻烦,这又要求学校在职业道德教育方面应该加大力度,学生在学校期间就具有良好的职业素质和正确的择业观。

(四) 学校与企业在某些方面的观念存在着差异

学校培养的学生与社会存在的脱节现象,这就要求教师应该多与企业进行交流,了解社会的最新信息并实时地体现到课程教学与专业建设中,能够培养出真正为社会所需要的学生。因此应该多鼓励教师到企业进行调研及实践活动,或请企业人员到学校来进行交流,拉近学校与企业的距离。

(五) 企业的建议

1. 电子商务就业的出路不能寄希望于当当等电子商务企业,学生的就业应该瞄准于中小企业,一方面中小企业是中国经济的一支重要的力量,吸纳了大量的人就业;另一方面中小企业限于技术和资金等瓶颈,迫切需要利用电子商务手段开拓市场,拓展生存空间。因此要加强对学生的网络营销能力、电子商务应用能力的培养,从而为中小企业解决电子商务应用的实际问题。

2. ERP、客户关系管理、供应链的管理是目前电子商务应用的最新阶段。这方面的课程训练应予关注。

3. 应该强化学生的英语和计算机应用能力的训练。

4. 注重学生各类综合素质的培养提高。

5. 电子商务专业学生进行网站系统设计与维护的就业机会较少。企业更多的仍在使用计算机应用专业的毕业生从事网站开发或者网站系统的技术维护,但电子商务专业的学生还是要懂得一些基本的技术问题,否则会出现两张皮的现象。

6. 从事电子商务的商务人员仍会来自传统的商务类专业。传统的商务专业毕

业生加强信息技术应用能力就能适应相应的岗位需求。企业对这些网络化业务处理岗位的人才要求，仍采用传统的专业技能衡量标准。

7. 诚信是电子商务的基础，必须加强学生的诚信教育。

四、调查结论

从上述分析及其特点把握中，电子商务专业当前和今后的教学改革与建设应当注意以下问题：

1. 确立教学与实践零距离，毕业与上岗零过渡的专业改革与建设原则。

尤其要注意及时吸纳电子商务活动一线产生的新理论、新理念、新知识、新任务和新流程引入课堂，加强实践性教学环节，培养学生从事实际工作能力和职业能力，使学生一毕业即可立即开展工作，适应用人单位的需要，满足社会的需求。

2. 密切关注市场对电子商务人才的实际需要及其变化。

要贯彻以就业为导向的专业建设思路，就必须及时了解就业市场新变化、新要求和新特点，根据新的情况改变专业建设思路，调整专业建设措施，修订人才培养方案，结构课程内容体系和教学实施组织模式。否则，专业人才培养势必会出现产与销不对路的问题。

3. 加强专业实训实习条件建设与管理。

在现有电子商务交易大厅和商务流程模拟实习实训基地的基础上，尤其要重视校企一体的实训实习条件建设，加强实训设施管理，为学生职业能力的形成和提高提供实践机会，创造切实条件。

4. 重视吸收一线专家，加强师资队伍建设。

以专业带头人培养为重点，以中青年专业骨干教师培养为支撑，以有一定比例较高水平的现场专家为导引，以“双师”职称结构优化为突破口，以提升知识与技能素质为红线，全面加强教学团队建设，优化师资结构比例，使具有双师素质的教师占专业教师之比达到 85% 专兼职的专业教师之比达到 1: 1，以打造一支由教授和名师、高级技师领军的高师德、有造诣、可实操的德艺双馨的专业教学团队。

附件 4:

专业核心课程标准

《校企综合电商项目运营》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	校企综合电商项目运营		开课系部	财经与商贸系
课程代码			考核方式	考试
前导课程	电子商务概论			
后续课程				
总学时	36 学时	课程类型（方 框内打√）	理论课	
	36 学时		实践课	
	72 学时		理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	黄小艳	广西现代职业技术学院	教员
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员
3	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员
4	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员

二、课程性质

本课程是校企合作基于电子商务概论、新媒体营销、网店与客服等财经与商贸类专业的基础课程的专业核心课程。在现代信息社会中，学习电子商务知识并

掌握信息技术和商务规则，能够系统地利用各种电子工具和网络平台，高效率、低成本地利用电商平台实现的项目壮乡寿源粽的商务活动。

本课程也为培养电子商务创业人才提供必备的理论知识和基础技能，采用任务驱动教学法，使学生全面地初步认识、了解和掌握如何借助电商平台实现壮乡寿源粽商品的上下架、节促活动的参与、客户关系管理以及节日营销策略等基本知识技能，为后续学生未来进入社会深入电子商务行业发展打下必要牢固的基础。

三、课程目标

（一）知识目标

知道壮乡寿源粽项目运营前期准备工作：网点定位、商品分析、粽子行业态势分析、人员分工；掌握对应电商平台的规则、电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识，明白电子商务的安全及风险，了解网络创业相关知识。

（二）能力目标

1. 能够辨识壮乡寿源粽所属具体行业
2. 能够辨析壮乡寿源粽的交易模式
3. 能够在第三方电子商务平台完成个人店铺以及企业店铺的注册、实名认证
4. 能够利用在电商平台注册的店铺开展商品上下架、促销活动报名、seo 优化、爆款打造、商品推广等店铺运营管理事项
5. 能够在利用电子商务平台进行基本客户管理
6. 能够正确处理能壮乡寿源粽售卖订单的售后工作

（三）素质目标

1. 课程思政：与企业广西河池食品有限公司展开壮乡寿源粽项目合作，树立学生正确的电子商务价值观，遵守广告法，拒绝虚假宣传。

2. 方法能力：借助电商平台展开壮乡寿源粽项目运营，培养学生对粽子零售市场的敏锐洞察能力，在团队合作下能善于整合资源及时应对电子商务平台规则环境变化、不断开拓创新正常运营好店铺。

3. 社会能力目标：增加学生知识与技能，提高学生沟通交流能力，培养适合社会发展需求电子商务专业人才。

四、课程学分与时数分配

课程名称	校企综合电商项目运营	总学时	72	学分	5
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	网店运营的前期准备	网店运营的基本概念、工作范畴与人员要求 网点定位与商品分析 目标消费者分析 竞争对手的分析方法			6
2	打造店铺的品牌	网络品牌的含义、特征以及优势 网络品牌打造策略 数据分析店铺形象的好坏			6
3	打造爆款	挖掘潜力爆款的方法 爆款打造的策略 爆款跟进与热度延续的技巧 维护爆款带来的客户群的方法			6
4	店铺优化与管理	优化店铺名称、外观、商品图片和文案的方法 商品定价以及确定商品上架时间的方法 商品发布、上下架以及修改商品信息的方法			8
5	利用淘宝促销活动提升销量	淘宝促销活动的参与规则 设置店铺促销活动的方法 设置店铺优惠活动的方法			8
6	三大利器推广商品	直通车推广商品 钻石展位推广商品 淘宝客推广商品			8
7	站外推广挖掘潜在客户	营销工具推广商品 网站推广商品			8
8	网店数据分析	流量分析			8

		商品分析 交易分析 客户数据分析	
9	淘宝 SEO 搜索引擎优化	淘宝 SEO 含义、思维模式、趋势、误区 淘宝 SEO 的处罚重点 从不同角度研究淘宝 SEO 淘宝 SEO 搜索排名的影响因素 宝贝标题优化技巧	8
10	物流与客服管理	物流选择与包装策划 客服的岗位职责 客服售前、售中售后服务 优秀客服的养成	6

五、课程设计思路

本课程的理论教学主要解决“什么是电子商务和电子商务干什么”的问题，而实践教学主要解决“电子商务要用那些工具体和如何做电子商务”的问题。围绕个人和企业开展电子商务活动的具体内容，通过电子商务的操作和技能的一系列训练，使得学生能够做到理论联系实际，学以致用，加深对电子商务基础理论的认识，并深刻理解电子商务运作模式和交易流程，掌握电子商务应用的基本技术和技能。

本课程的设计思路，主要有以下几点：

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

2. 以学生职业能力发展为核心，以学生职业生理想发展为目标，以职业标准为

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

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

4. 充分利用校内外实训场所，采用任务驱动的教学模式，融教、学、做为一体。

六、课程内容与教学要求

项目 (任务)名称	子项目 或学习任务	教学目标	教学重、难点	思政 元素	考核点	教学 方法 和建 议	参 考 学 时
网店运营的前期准备	网店运营的基本概念、工作范畴与人员要求、网点定位与商品分析 目标消费者分析、竞争对手的分析方法	了解网店运营的基本概念、工作范畴与人员要求。 掌握网店定位与商品分析的方法。 掌握目标客户、竞争对手的分析方法。 思政目标： 树立正确的职业观 树立合法公平竞争观念	重点：1. 掌握网店运营的工作范畴。2. 掌握网店定位分析方法。3. 掌握商品分类的原则与方式。4. 掌握消费者的购买意向与购买心理分析的方法。5. 掌握行业态势分析和单品分析的方法。 难点：1. 了解消费者需求，精确定位消费者的特征。2. 把握市场行业动态，随机应变，调整店铺经营策略。	平等、法治	清楚运营工作范畴以及壮乡寿源粽的商品分析以及竞争对手分析	案例教学法、情境教学法	6

打造店铺的品牌	网络品牌的含义、特征以及优势 网络品牌打造策略 数据分析店铺形象的好坏	熟悉网络品牌的含义、特征以及优势。 掌握塑造网店品牌的方法。 掌握分析店铺形象好坏的方法。 思政目标：1. 尊重科学, 正确处理中外文化关系 2. 培养学生民族自豪感和文化自信	重点：1. 掌握网络品牌打造的多种策略。 掌握用跳失率、点击率、2. 次购买比例等数据分析店铺形象好坏的方法。 难点： 能够灵活利用好多种策略来塑造店铺形象。	文化自信、家国情怀	能够结合校企合作项目，为壮乡寿源粽打造店铺品牌形象	案例教学法、情境教学法	6
打造爆款	挖掘潜力爆款的方法 爆款打造策略 爆款跟进与热度延续的技巧 维护爆款带来的客户群的方法	掌握挖掘潜力爆款的方法。 掌握爆款打造的策略。 掌握爆款跟进与热度延续的技巧。掌握维护爆款带来的客户群的方法。 思政目标：1. 培养学生正确的消费观念 2. 树立自我权力保护意识，坚决抵制假冒伪劣产品	重点：1. 掌握爆款特征的分析方法，以及爆款的选款要点。2. 掌握必备的爆款打造策略。3. 掌握爆款跟进与热度延续技巧。4. 掌握维护爆款客户群的方法。 难点：1. 掌握爆款打造不同阶段应采取的策略。2. 掌握集中打造爆款的销售策略。	平等、法治、社会责任感	能根据店铺状况，打造壮乡寿源粽爆款	案例教学法、情境教学法	6

店铺优化与管理	优化店铺名称、外观、商品图片和文案的方法 商品定价以及确定商品上架时间的方法 商品定价以及确定商品上架时间的方法、商品发布、上下架以及修改商品信息	掌握优化店铺名称、外观、商品图片和文案的方法。 掌握商品定价以及确定商品上架时间的方法。 掌握商品发布、上下架以及修改商品信息的方法。 思政目标：1. 自觉遵守电子商务法，合法公平竞争 2. 熟悉广告法，并自觉遵守，不做虚假宣传	重点：1. 掌握设置橱窗推荐、添加宝贝推荐模块的方法。2. 掌握商品相关性优化的几个方面。3. 掌握如何判断主图是否需要优化。4. 掌握撰写优秀的商品文案的方法。 5. 掌握网上商品的定价方法与技巧。6. 掌握提升店铺客单价的方法。7. 掌握发布并修改商品的方法。 难点：能够根据店铺需要，优化店铺各个板块，进行商品定价、发布与修改等日常管理操作。	平等、法治	能正确诊断店铺状况，并针对性进行店铺优化	案例教学法、情境教学法	8
利用淘宝促销活动提升销量	淘宝促销活动的参与规则 设置店铺促销活动设置店铺优惠 设置店铺优惠活动的方法	熟悉淘宝促销活动的参与规则。 掌握设置店铺促销活动店铺优惠活动的方法。 思政目标：培养学生集体荣誉感以及奉献牺牲精神	重点：1. 掌握报名聚划算活动的方法。2. 掌握设置淘金币活动的方法。3. 掌握参加免费试用活动的方法。4. 掌握报名天天特价的方法。5. 掌握设置打折、优惠券、满就送、搭配套餐等网店促销活动的的方法。难点：掌握设置打折、优惠券、搭配套餐等网店促销活动的的方法。	爱国、社会责任感	能熟练掌握操作参与活动报名工作	案例教学法、情境教学法	8

三大 利器 推广 商品	直通车推广 商品 钻石展位推 广商品 淘宝客推广 商品	掌握利用直通车推广、钻石展位、推广淘宝客推广商品的方法。 思政目标： 1. 树立学生正确的商务价值观念。2. 培养学生时间观念。	难点： 1. 掌握新建直通车标准推广计划、2. 直通车定向与标准关键词推广方法。 3. 掌握新建钻石展位推广计划的方法。 4. 掌握打造爆款佣金设置技巧。 难点： 1. 掌握新建直通车标准推广计划的方法。2. 掌握直通车、钻展数据优化技巧。	法治、 文明	能够清 楚三大 利器如 进行商 品的 推广	案例 教学 法、 情境 教学 法	8
站外 推广 挖掘 潜力 客户	营销工具推 广商品 网站推广商 品	掌握利用营销工具推广商品的方法。 掌握利用网站推广商品的方法。 思政目标： 提高学生法律意识，自觉遵守市场营销规则，维护公平竞争	重点： 1. 掌握在淘宝论坛中推广商品的方法。 2. 掌握利用微淘达人提升销量的方法。 3. 掌握微信朋友圈推广方法。 4. 掌握入驻常见推广网站的方法。 难点： 能够运用微博推广引流，进行微信公众账号推广。	平等、 法治	能利用 站外展 开商品 推广以 及客户 挖掘	案例 教学 法、 情境 教学 法	8

网店 数据 分析	流量分析 商品分析 交易分析 客户数据分析	了解流量分析的相关内容。 掌握商品分析的相关知识。 掌握交易分析的具体内容。 掌握客户数据分析的基础知识。 思政目标：1. 提高学生团队合作意识/2. 培养学生保护好个人信息意识	重点：1. 掌握利用生意参谋分析店铺基本流量数据、流量概况、流量地图，进行访客分析、装修分析的方法。2. 掌握商品概况、商品效果、异常商品、商品分类分析、单品分析的方法。3. 掌握分析交易概况、交易构成、交易明细的方法。难点：1. 掌握人群指标分解、人群分析的方法。2. 能够在分析数据的基础上给出优化策略，不断提升店铺销量。	自由、 平等	能运用 网店数 据，正 确分析 整改店 铺	案例 教学 法、 情境 教学 法	8
淘宝 SEO 搜 索引 擎优 化	淘宝 SEO 含 义、思维模 式、淘宝 SEO 的处罚重点 淘宝 SEO 搜 索排名的响 因素 seo 优 化	熟悉淘宝 SEO 含义、思维模式、趋势、误区淘宝 SEO 的处罚重点从不同角度研究淘宝 SEO。分析淘宝 SEO 搜索排名的影响因素。掌握宝贝标题优化技巧。思政目标：1. 提高学生遵守规则意识 2. 树立学生正确价值观	重点： 1. 了解淘宝 SEO 搜索的误区。 2. 了解淘宝规则，熟悉淘宝 SEO 的处罚重点。 3. 掌握分析淘宝 SEO 搜索排名的因素的方法。 4. 掌握通过关键词的组合优化宝贝标题的技巧。难点：1. 掌握关键词的筛选，以及利用关键词确定宝贝标题的方法。2. 掌握有效组合关键词的方法。	价值 观、法 治	能对网 店宝贝 标题进 行优化 整改	案例 教学 法、 情境 教学 法	8

物流与客服管理	物流选择与包装策划 客服的岗位职责 客服售前、售中售后服务 优秀客服的养成	掌握物流选择与包装策划的方法。 掌握客服的工作，以及如何成为优秀客服的方法。 思政目标： 树立学生正确的职业观念 培养学生健康上网意识，不信谣不造谣	重点： 1. 掌握选择靠谱的物流公司的方法。 2. 了解不同类型商品的包装技巧。 3. 掌握客服分日常工作。 4. 掌握优秀客服在话术、提高销量以及提高客户回头率方面的技巧。 难点： 1. 能够用良好的心态处理退款、妥善处理中差评、有效管理客户资料。 2. 能够善用话术、抓住时机的销售技巧、提高客户回头率。	平等、法治、社会责任感	能有效选择物流公司，并能掌握客服基本工作	案例教学法、情境教学法	6
---------	--	--	---	-------------	----------------------	-------------	---

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

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

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地

为了保证本课程满足应用型专科学生的培养要求，培养学生的动手操作能力、知识的综合运用能力、独立分析问题和解决问题能力、基本创新能力和团队合作精神，应保证一定的校内教学设备。校内应配有电子商务模拟演练平台，满足学生的校内实训要求。

（三）教学方法与教学策略

1. 教师方面：

教学要遵循“任务驱动”教学原则，采用理实一体化授课方式。

（1）教学方面：教师应该做好任务设计、任务的解释说明、任务进程的监控、还应有过程考核和任务考核评价。同时考虑到学生的实际情况，除了任务的解释说明中，还应该有如案例引入、理论解释和操作示范。

（2）理论解释，将基础理论知识融入到案例中进行案例分析。

（3）操作示范，根据电子商务技术理论，进行相关技能的操作演示。

2. 学生学习方面：

主要是由学生分组进行一个任务，注重课内实践和知识内化。

（1）课内实践，以小组为单位（5-6人为一小组），结合课堂所学习的知识

和方法，合理分工完成一个个任务。

(2) 知识内化, 要求学生在实践过程中随时讨论总结, 并在在任务结束后以小组汇报的形式将小组的合作情况、体会、知识运用、技能操作等向指导老师汇报。

(四) 课程考核与评价方法

《校企综合电商项目运营》考试方式采取教考分离和实践操作训练

学生成绩构成为：平时成绩 20%+实训成绩 30%+理论成绩 50%=100

平时成绩包括：出勤、课堂发言、讨论、课后作业等

实训成绩包括：方案设计、调研报告、课堂讨论、模拟训练、PPT 演示等

理论成绩包括：基本理论、综合知识运用、问题分析等

注意处理教学与评价的关系，体现学生在评价中的主体地位

(五) 教材及参考书选用

教材名称：《电商训练营：网店运营》，人民邮电出版社，2019，何晓琴编

参考书：《网店运营与管理》(视频指导版 第2版)，人民邮电出版社，2021，白东蕊编《淘宝网运营与管理》(微课版)，人民邮电出版社，2020，欧阳红巍、王晓亮编《淘宝网运营与推广实务》(微课版) 人民邮电出版社，2020 年孙莹月、胡平编

(六) 课程资源建设要求

(1) 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握，同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

(2) 积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库，数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源，使教学从单一媒体向多种媒体转变；教学活动从信息的单向传递向双向交换转变；学生单独学习向合作学习转变，同时应积极创造条件搭建远程教学平台，完善网上在线辅导系统，扩大课程资源的交互空间。

（3）产学合作开发实验实训课程资源，与企业进行产学合作，建立实习实训基地，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

（4）建立校内实训基地，使之具备现场教学、实验实训的功能，以提供让学生理论与实或相结合的契机。

《内容电商运营实战》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	内容电商运营实战		开课系部	经济管理系
课程代码			考核方式	笔试
前导课程	电子商务文案策划与写作			
后续课程				
总学时		课程类型(方框内打√)	理论课	
	72 学时		实践课	
			理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	黄小艳	广西现代职业技术学院	教员/专任教师
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员/专任教师
3	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员/专任教师
4	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员/专任教师

二、课程性质

《内容电商运营实战》是高等职业院校电子商务专业中技术与商务融合、传统与网络对接的实务性课程，是专业必修的核心课程。总课时 72 学时。该课程前导课程是《电子商务概论》、《电子商务文案策划与写作》等。学生在充分了解电子商务基本知识、熟练使用互联网信息检索工具、掌握图像处理技术，了解网络消费者基本心理与行为特点以及市场调研分析方法的基础上，学习本课程产

品文案策划、网店内页文案和新媒体文案的策划与写作。

本课程以独特利益诉求点来打动消费者、提升网络营销效果为目的，从内容电商的视角，研究电商品牌故事文案、商品详情页文案、推广软文和微信文案的写作，培养学生扎实的语言文字功底，并通过对有代表性的 B2C/C2C/O2O 电商经典案例的剖析，形成面向电商文案写作的知识体系与实际操作能力。

三、课程目标

（一）知识目标

1. 掌握内容电商的含义、类型和作用
2. 掌握内容电商创作的基本途径
3. 掌握内容创作的原则与技巧、创作禁忌和误区

（二）能力目标

1. 能进行产品不同的内容创作，推广营销产品。
2. 能创作不同类型和渠道的内容。
3. 能撰写内容电商营销推广计划。

（三）素质目标

1. 具有独立思考钻研、可持续学习能力
2. 善于沟通、团队合作的能力
3. 培养创新思维、创新意识和创新能力，形成以创新为营销之本的观念

（四）思政目标

1. 电子商务内容创作岗位职业道德修养，作为创作者要遵守法律法规，做到不虚假宣传。
2. 拒绝虚假宣传，遵守法律法规，不能违反《广告法》写合理合法的文案。
3. 遵守网络规则，互联网不是法外之地，同样有法律监管，营造健康积极的网络文化氛围。

四、课程学分与时数分配

课程名称	内容电商运营实战	总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	认识内容电商	了解内容电商的定义、动作模式及核心 熟悉内容电商的产业环境 熟悉内容电商的商业模式 了解内容电商的优势与缺陷 以壮乡寿源综为案例展示			12
2	三大内容电商表现形式	新媒体写作—图文电商 新流量模式—视频电商 流量新风口—直播带货 壮乡寿源综三大内容创作实训			16
3	店铺开通与商品选择	店铺的开通与装修 商品的展现 商品的选择 商品质量管理 壮乡寿源综店铺开设案例学习			8
4	内容打造与内容运营	策划有吸引力的内容 不同形式的内容制作 对内容进行运营 策划运营壮乡寿源粽的内容			16
5	内容电商的推广与营销	内容电商的流量推广 内容电商的营销思路 常见的营销工具 为壮乡寿源粽设计推广营销计划			8
6	客户服务	了解客户服务 售前服务 售中服务 售后服务 以壮乡寿源粽为案例进行客服实训			12

五、课程设计思路

(1) 本门课程是以“教学做一体化”的课程，推行理论与实践相结合的教学，使学生学以致用。从本课程的实际出发，以产教融合为抓手，尽量让学生参与实战项目，提高学生的自主学习、自主实践、服务社会的能力，全面锻炼学生的实践技能、沟通能力、团队合作能力和跟踪新技术的能力。

(2) 内容设计以提升网络营销效果为主线。瞄准岗位设计课程，以电商文案

岗位的能力为切入点，按照岗位职责和要求进行设计、提炼、序化，形成能力培养依次递进的课程结构。

(3) 在情景项目的设计中形成“做中学、学中悟”，举一反三加强训练，最后形成学生自身的知识体系和写作能力。

六、课程内容与教学要求

项目（任务）名称	子项目或学习任务	教学目标	教学重、难点	思政元素	考核点	教学方法和建议	参考学时
认识内容电商	1. 内容电商：改变流量获取方式 2. 内容电商的产业环境 3. 内容电商的商业模式 4. 内容电商的优势与缺陷 5. 以壮乡寿源综为案例展示	1. 了解内容电商的定义、动作模式及核心。 2. 熟悉内容电商的产业环境 3 熟悉内容电商的商业模式 4. 了解内容电商的优势与缺陷 5. 遵守法律法规创作内容，不能违法，发布黄赌毒等内容	重点： 1. 内容电商的运作模式 2. 内容电商的产业环境 3. 内容电商的商业模式 难点： 1. 内容电商的核心 2. 内容电商与传统电商的区别 3. 内容电商的产业环境 内容电商的优势与缺陷	遵纪守法、爱国	熟悉内容电商的基础知识，包括概念、核心与运作模式等	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	12
三大内容电商表现形式	1. 新媒体写作—图文电商 2. 新流量模式—视频电商 3. 流量新风口—直播带货 4. 壮乡寿源综三大内容创作实训	1. 熟悉图文电商的变现途径、创作规范和写作技巧 2. 熟悉视频电商的变现途径、内容规范和创作指南 3. 熟悉带货变现途径和直播技巧 4. 创作壮乡寿源粽的内容实训 5. 创作内容要诚实守信合理宣传，不能虚假宣传	重点： 掌握带货型图文内容的选品、创作原则与要点 掌握视频电商的变现途径 难点： 掌握图文电商的变现途径和创作规范 掌握带货型图文内容的写作技巧	诚实守信、遵纪守法	1. 图文电商的变现途径、图文内容的创作规范、带货型图文内容的选品、创作原则与要点和带货型图文内容的写作技巧 2. 壮乡寿源综三大内容创作实训	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	16
店铺开通与商品选择	1. 店铺的开通与装修 2. 商品的展现 3. 商品的选择	1. 了解店铺开通的基础知识和店铺装修的方法 2. 熟悉商品的展示和展现方式	重点： 1. 掌握店铺的开通流程 2. 掌握店铺的装修方法	遵纪守法	能分析网点基本信息，定位消费人群，提炼商品核心卖点	案例教学法、项目教学法	8

	4. 商品质量管理 5. 壮乡寿源综店铺开设案例学习	3. 熟悉商品选择的途径、方法、技巧和禁忌 4. 店铺发布的内容要遵守规则与相应的法律法规	难点： 1. 掌握商品详情页的设计方法 2. 掌握今日头条、抖音火山版商品的展示				
内 容 打 造 与 内 容 运 营	1. 策划有吸引力的内容 2. 不同形式的内容制作 3. 对内容进行运营 4. 策划运营壮乡寿源粽的内容	1. 掌握策划有吸引力内容的方法 2. 掌握图片、视频和文章内容制作的方法 3. 运营合法的内容	重点： 1. 掌握梳理与提炼商品卖点的方法 2. 掌握图片、视频的制作方法 难点： 1. 掌握内容的规划与推广 2. 掌握文章的撰写方法	遵纪 守法、 诚实 守信	策划有吸引力的内容的方法，掌握商品卖点的梳理与提炼、强化商品的认知，学会做内容的规划与推广	案 例 教 学 法、项目教 学法、问题 导向、小组 研讨	16
内 容 电 商 的 推 广 与 营 销	1. 内容电商的流量推广 2. 内容电商的营销思路 3. 常见的营销工具 4. 为壮乡寿源粽设计推广营销计划	1. 了解流量推广的渠道和方式 2. 熟悉内容电商的营销思路 3. 合法进行推广和营销、不违反《广告法》等相应法律法规	重点： 1. 能掌握加油包推广 2. 掌握“DOU+”推广 难点： 1. 掌握内容营销活动的一般流程 2. 掌握抽奖、限时秒杀和优惠券的使用方法	诚 信、 友 善、 遵纪 守法	内容营销活动的一般流程，对提高商品转化率、复购率的方法	案 例 教 学 法、项目教 学法、问题 导向、小组 研讨	8
客 户 服 务	1. 了解客户服务 2. 售前服务 3. 售中服务 4. 售后服务 5. 以壮乡寿源粽为案例客服实训	1. 了解客户服务的作用。 2. 熟悉售前服务的内容 3. 掌握售中服务的相关知识 4. 掌握售后服务的相关知识 5. 客服要诚实守信不欺骗消费者，不虚假宣传	重点： 1. 掌握客户服务的三大阶段 2. 掌握售中服务各阶段的内容 难点： 1. 掌握商品介绍话术的“五星法” 2. 掌握售中、售后的具体操作	诚 实 守 信、 爱 岗、 友善	全面了解客服服务的相关知识，掌握客服三大阶段的基本话术和技巧 2. 壮乡寿源粽客服实训考核	案 例 教 学 法、项目教 学法、问题 导向、小组 研讨	12

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

本课程通过“理实一体化”教学模式，锻炼学生通过独特的利益诉求点打动消费者、促进销售的创意电商文案写作技能，因此教学组织形式与实施采用项目教学法，以项目情境和工作任务为出发点，激发学生的学习兴趣 and 动手欲望，教学过程中要注重创设实践情境，充分利用案例、信息化教学等教学手段。此外，为教会学生如何学习，发展创新思维品质，培养学生自主学习能力和团队意识，形成扎实的语言文字功底，课程教学以“训练”为主线，运用蓝墨云班课方式探索翻转课堂，课前预习教学知识点、课中写作实践、课后复习、强化和运用。教学程序有助于学生发展自主学习和合作学习能力、提高利用资源解决问题的能力、培养创新思维和增强成就体验。

本课程由四个项目构成，每个项目以行动导向为教学的出发点，通过“教、学、做”一体，实现知识的重构。教学过程中注意学生创新创业思维和职业素质的培养，包括解决问题的综合能力，充分发展自己的个性特长，培养良好的工作规范，团队合作精神以及自身可持续发展的研究探索能力。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运行，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务普通专用机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

（1）在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

（2）本课程教学的关键是案例讨论和校内外实训基地的现场教学，应选用用典型的案例和任务为载体，在教学过程中师生互动、生生互动、生客互动，起到事半功倍的教学效果。

（3）在教学过程中，要创设工作情景，同时应加大实践实操的容量，要要紧密结合职业证书的考证，提高学生的岗位适应能力。

（4）在教学过程中，除已经普遍采用的多媒体教学手段以外，充分利用现代信息技术手段，利用精品课程的网络平台，利用计算机辅助软件、计算机辅助系统，提升学生的操作能力。并结合顶岗实训，实现课程理论与实践的零距离对接。

（5）教学过程中教师应积极引导提升学生职业素养，提高职业道德。

（四）课程考核与评价方法

《电商文案写作》考试方式采取教考分离和实践操作训练

学生成绩构成为：平时成绩 20%+实训成绩 30%+理论成绩 50%=100

平时成绩包括：出勤、课堂发言、讨论、课后作业等

实训成绩包括：方案设计、调研报告、课堂讨论、模拟训练、PPT 演示等

理论成绩包括：基本理论、综合知识运用、问题分析等

注意处理教学与评价的关系，体现学生在评价中的主体地位

（五）教材及参考书选用

教材名称：《内容电商运营实战》，人民邮电出版社，2022 年 4 月出版，唐铮主编

参考书：《电子商务文案：创意策划写作》，人民邮电出版社，2018 年，宋俊骥（作者）

《电子商务文案：策划写作、视觉营销与平台推广》，人民邮电出版社，2020 年，张晓芸王昌云（主编）

（六）课程资源建设要求

（1）注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握，同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

（2）积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、电子明刊、数据库，数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源，使教学从单一媒体向多种媒体转变；学生单独学习向合作学习转变，同时应积极创造条件搭建远程教学平台，完善网上在线辅导系统，扩大课程资源的交互空间。

（3）产学合作开发实验实训课程资源，与企业进行产学合作，建立实习实训基地，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

（4）建立校内实训基地，具备现场教学、实训的功能，以提供理实结合的契机。

《网店金牌客服》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	网店金牌客服		开课系部	经济管理系
课程代码			考核方式	笔试
前导课程	电子商务概论			
后续课程	网店客服实战			
总学时		课 程 类 型 (方框内打√)	理论课	
	36 学时		实践课	
			理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员/专任教师
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员/专任教师
3	黄小艳	广西现代职业技术学院	教员/专任教师
4	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员/专任教师

二、课程性质

本课程是电子商务专业的一门必修专业课。该课程对电子商务专业学生的职业能力培养与职业素质养成起到重要支撑作用。

通过本课程学习，培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能,使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客

户投诉等工作，注重将“大庆精神、铁人精神”融入到教学过程中，培养学生的学习能力、实践能力、创新能力和吃苦精神，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础，更要为学生的职业生涯中有能力不断获得新的职业技能和职业资格，创造更广阔的发展空间。

三、课程目标

（一）知识目标

本课程通过任务引领项目活动，培养学生能受理网店客户服务、达成客户交易、完善售后服务、建立和利用客户数据库并能对服务效果进行评价，使学生能掌握网络客户服务的技巧，能达到让客户满意的效果。

（二）技能目标

培养学生掌握客服常用的平台基本操作，做好售前接待、售中客服、售后客服等不同客服岗位需要掌握的技能。具备一定的数据分析能力，利用数据做好客户关系管理。善于总结训练客服，向智能客服发展。

（三）素质目标

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

（四）思政目标

1. 培养学生注重承诺，谦虚诚实的职业素养。
2. 培养学生以宽容为美，对消费者要有同理心。
3. 积极热情的服务态度，提升抗压能力。

四、课程学分与时数分配

课程名称	网店客服	总学时	36	学 分	2
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	网店客服岗前培训	1. 初识网店客服 2. 网店客服应具备的知识 掌握网店客服应具备的知识和操 网店客服岗前准备 3. 网店客服应具备的操作技能 作技能, 并了解什么是网店客服 4. 网店客服应具备的基本素质 5. 客服人员要提高抗压能力, 爱岗敬业, 做好服务工作。 6. 结合壮乡寿源粽开展客服岗前培训			4
2	与顾客的有效沟通	1. 与顾客沟通的目的 2. 与顾客沟通的原则 3. 熟悉与顾客沟通的原则, 掌握打消 与顾客的有效沟通 4. 客服人员在与消费者沟通的过程中要实 事求是, 不欺骗消费者。 5. 结合壮乡寿源粽产业学院开展客服的日 常沟通			4
3	客服的销售技能	1. 销售接待 2. 协助催付掌握销售接待和协助催付的方 法, 客服的销售技能 3. 促销设置与活动推广并掌握通过后台设 置促销与活动			6

		4. 售前客服销售技巧与话术 5. 不虚假宣传，违背道德良心进行关联销售 6. 催付把握频率和时间，不骚扰客户，不泄露用户的信息 7. 结合壮乡寿源粽开展客服销售技能实训	
4	售后服务	1. 售后服务的重要性 2. 售后服务的基本思路 3. 售后服务管理 4. 顾客投诉处理 5. 完善售后服务的标准流程 6. 掌握售后客服话术整理能力，分析售后服务的数 据 7. 遵循社会主义核心价值观发展，做到诚信友善 8. 结合壮乡寿源粽开展客服售后实训	6
5	给顾客满意的购物体验	1. 物流告知体验 2. 主动询问体验 3. 学会换位思考，多为消费者考虑，提供 给顾客满意的购物体验 4. 结合壮乡寿源粽项目探讨如何给顾客满 意的购物体验	4
6	客户关系管理	1. 客户关系管理基础 2. 顾客分析与打标签 3. 维护好客户关系 4. 打造顾客忠诚度 5. 记录详细的顾客信息 6. 对客户的关键信息保密，不能泄露客户	6

		的个人信息 7. 结合壮乡寿源粽开展客户关系管理实训	
7	科学管理客服	1. 客服的培训 2. 客服的日常管理 3. 客服的激励机制 4. 合理调动客服的积极性 5. 客服的考核 6. 管理客服制度要人性化，要公平正义，弘扬社会主义核心价值观 7. 以壮乡寿源粽为项目，制定科学管理客服的规则	2
8	ITMC 网店客户服务实训系统	1. 进入系统页面 2. 查看试卷背景材料和添加快捷回复 3. 开始答题 4. 疑难解答	4

五、课程设计思路

本课程的理论教学主要解决“什么是网店客服、网店客服干什么、怎么干好网店客服”的问题，而实践教学主要解决“怎么干好网店客服”的问题。围绕个人和企业开展电子商务网店活动的具体内容，通过电子商务客服常用的操作平台和技能的一系列训练，使得学生能够做到理论联系实际，学以致用，加深对网店客服的认识，并深刻理解网店客服的工作内容，掌握网店客服的基本技术和技能。

本课程的设计思路，主要有以下几点：

1. 按照专业培养目标的要求和职业岗位技能标准确定课程教学目标。本课程的设计体现在以能力为本，以基础知识为主线，以任务实践为主，打破了传统的

教学体系模式，将电子商务职业岗位能力中用到的知识点融合在项目中。学生通过对电子商务相关基础知识的学习，掌握岗位所需知识，并不断加强实践动手能力和解决问题能力的培养。它体现了职业教育“以就业为向导，以能力为本位”的职业教育理念。

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

3. 以任务为载体进行学习情境设计。以淘宝店网店客服工作等任务为载体，按照网店客服职业能力培养的规律，遵循网店客服的工作流程，按照由易至难、由封闭到开放到创新的原则设计七个学习情境：网店客服岗前培训、与顾客的有效沟通、客服的销售技能、售后服务、给顾客满意的购物体验、客户关系管理、科学管理客服、ITMC 网店客户服务实训系统。

4. 充分利用校内外实训场所，采用任务驱动的教学模式，融教、学、做为一体。

六、课程内容与教学要求

项目(任务)名称	子项目或学习任务	教学目标	教学重、难点	思 政元素	考核点	教学方法和建 议	参 考学时
网店客服岗前培训	1. 初识网店客服 2. 网店客服应具备的知识 3. 网店客服应具备的操作技能 4. 网店客服应具备的基本素质 5. 乡寿源粽开展客服岗前培训	1. 了解什么是网店客服 2. 掌握网店客服应具备的知识 3. 掌握网店客服应具备的操作技能 4. 具备网店客服的基本素质 5. 客服人员要提高抗压能力，爱岗敬业，做好服务工作。	重点： 网店客服应具备的知识和操作技能，网店客服的基本素质 难点： 1. 商品知识、平台规则、交易知识和物流知识的了解顾客的消费心理 2. 丰富的语言表达能力 3. 良好的心理素质及应变能力	爱岗、敬业	了解网店客服岗位需要掌握哪些知识和技能，培养网店客服的基本素质。	案例教学法、情境教学法	4
与顾客有效的沟通	1. 与顾客沟通的目的 2. 与顾客沟通的原则	1. 了解与顾客沟通的目的及原则	重点： 1. 熟悉与顾客沟通的原则	诚信	熟悉客服常用沟通原则，掌握	案例教学法、情境教学法	4

	3. 处理顾客咨询的流程 4. 打消顾客的疑虑 5. 结合壮乡寿源粽产业学院开展客服的日常沟通	2. 掌握处理顾客咨询的流程 3. 掌握打消顾客的疑虑的方法 4. 客服人员在与消费者沟通的过程中要实事求是，不欺骗消费者。	2. 掌握打消顾客疑虑的方法以及处理顾客咨询的流程 难点： 1. 挖掘顾客的购物需求 2. 如何打消顾客疑虑		与消费者沟通的技巧。		
客服的销售技能	1. 销售接待 2. 协助催付 3. 促销设置与活动推广 4. 售前客服销售技巧与话术 5. 结合壮乡寿源粽开展客服销售技能实训	1. 掌握销售接待的流程和方法 2. 掌握协助催付的方法及催付的禁忌 1. 掌握促销设置与活动推广的操作 2. 掌握客服沟通技巧与话术 3. 不虚假宣传，违背道德良心进行关联销售	重点： 1. 掌握销售接待和协助催付的方法 2. 掌握通过后台设置促销与活动推广的相关操作 难点： 1. 催付工作 2. 商品关联销售	诚信、爱岗	掌握接待和催付的方法，掌握后台促销设置与活动推广操作	案例教学法、情境教学法	6
售后服务	1. 售后服务的重要性 2. 售后服务的基本思路 3. 售后服务管理	1. 了解售后服务的重要性 2. 熟悉售后服务的基本思路	重点： 掌握售后服务的处理方法，包括售后服务的基本思路、售后服务	友善、诚信	掌握售后服务的处理流程，包括售后服	案例教学法、情境教学法	6

	4. 顾客投诉处理 5. 售后客服话术分类整理 6. 结合壮乡寿源粽开展客服售后实训	3. 掌握售后服务管理 4. 学会处理顾客的投诉 5. 遵循社会主义核心价值观发展，做到诚信友善。	的标准流程、售后服务的管理以及顾客投诉的处理 难点： 缓和沟通气氛，纠纷处理，灵活处理顾客投诉		务的基本思路、售后服务的标准流程、售后服务的管理以及顾客投诉的处理		
给顾客满意的购物体验	1. 物流告知体验 2. 主动询问体验 3. 结合壮乡寿源粽项目探讨如何给顾客满意的购物体验	1. 理解物流告知体验 2. 理解主动询问体验 3. 学会换位思考，多为消费者考虑，提供给顾客满意的购物体验	重点：了解什么是物流告知体验，什么是主动询问体验 难点：不同类型商品的包装技巧	敬业、诚信	能给顾客满意的购物体验，主动跟踪物流等订单信息情况。	案例教学法、情境教学法	4
客户关系管理	1. 客户关系管理基础 2. 顾客分析与打标签 3. 维护好客户关系 4. 打造顾客忠诚度 5. 记录详细的顾客信息	1. 客户关系管理基础 2. 顾客分析与打标签 3. 维护好客户关系 4. 打造顾客忠诚度 5. 记录详细的顾客信息，对客户	重点： 1. 掌握顾客分析与打标签、维护好客户关系的方法 2. 学会详细记录顾客信息 难点：	和谐、友善、诚信	学会给顾客分类，掌握分析消费者数据的方法，通过大数据管理和维	案例教学法、情境教学法	6

	6. 结合壮乡寿源粽开展客户关系管理实训	的关键信息保密，不能泄露客户的个人信息	1. 顾客购物来源分析 2. 维护好顾客资源与留住顾客的技巧 3. 打造顾客忠诚度		护客户关系,做好客户关系管理。		
科学管理客服	1. 客服的培训 2. 客服的日常管理 3. 客服的激励机制 4. 合理调动客服的积极性 5. 客服的考核 6. 以壮乡寿源粽为项目，制定科学管理客服的规则	1. 掌握客服培训的内容和方法 2. 熟悉客服人员的日常管理工作 3. 熟悉客服激励机制的内容和激励机制的设置方法 4. 掌握调动客服的积极性的方法 5. 掌握客服的考核方法 6. 管理客服制度要人性化，要公平正义，弘扬社会主义核心价值观	重点： 掌握科学管理客服的相关知识，包括客服绩效管理、网店数据管理、客服的考核、客服的激励机制 难点： 网店管理制度的编制，客服的有效管理，客服的激励机制的设置	爱岗、敬业	掌握客服培训的内容和方法，熟悉客服的管理制度和激励机制，科学管理客服。	案例教学法、情境教学法	2
ITMC 网店客服服务实训系统介绍	1. 进入系统页面 2. 添加快捷回复 3. 开始答题 4. 疑难解答	1. 掌握进入系统页面的操作方法 2. 掌握添加快捷回复的方法 3. 掌握打开交谈对话框和回复顾客消息的方法	重点：掌握 ITMC 网店客服服务系统的相关操作 难点：ITMC 网店客服服务系统的使用	勤 奋 刻苦、 爱 岗 敬业	能使用 ITMC 客服实训系统回复顾客信息，及时准确。	案例教学法、情境教学法	4

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

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

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运行，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务普通专用机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、

电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

1. 教师方面：

教学要遵循“任务驱动”教学原则，采用理实一体化授课方式。

（1）教学方面：教师应该做好任务设计、任务的解释说明、任务进程的监控、还应有过程考核和任务考核评价。同时考虑到学生的实际情况，除了任务的解释说明中，还应该有如案例引入、理论解释和操作示范。

（2）理论解释，将基础理论知识融入到案例中进行案例分析。

（3）操作示范，根据电子商务技术理论，进行相关技能的操作演示。

2. 学生学习方面：

主要是由学生分组进行一个任务，注重课内实践和知识内化。

（1）课内实践，以小组为单位（5-6 人为一小组），结合课堂所学习的知识和方法，合理分工完成一个个任务。

（2）知识内化，要求学生在实践过程中随时讨论总结，并在任务结束后以小组汇报的形式将小组的合作情况、体会、知识运用、技能操作等向指导老师汇报。

（四）课程考核与评价方法

《网店客服》考试方式采取教考分离和实践操作训练

学生成绩构成为：平时成绩 20% + 实训成绩 30% + 理论成绩 50% = 100

平时成绩包括：出勤、课堂发言、讨论、课后作业等

实训成绩包括：方案设计、调研报告、课堂讨论、模拟训练、PPT 演示等

理论成绩包括：基本理论、综合知识运用、问题分析等

注意处理教学与评价的关系，体现学生在评价中的主体地位

（五）教材及参考书选用

教材名称：

《网店客服（微课版）》，人民邮电出版社，2019，刘莉萍，赵建伟（主编）

参考书：

《网店客服实战》，人民邮电出版社，2019，郑广成、黄英编

《网店客服：理论、案例与实训（微课版）》，人民邮电出版社，2022，白东蕊编

《网店金牌客服》，人民邮电出版社，2018，刘建珍编

《电子商务视觉设计》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	电子商务视觉设计		开课系部	财经与商贸系
课程代码	jgbx0109		考核方式	考试
前导课程				
后续课程	网店商品与摄影处理			
总学时	72	课程类型(方框内打√)	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单(含校外专家)

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	黄小艳	广西现代职业技术学院	教员
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员
3	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员
4	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员

二、课程性质

本课程是电子商务专业的一门专业基础课程,其目标是使学生了解电子商务视觉设计的基本理论与实践,为后续的专业课程中涉及网店商品与摄影处理能力的学习和将来实际工作提供支持和帮助。通过本课程的学习,学生能够掌握网店装修的基本概念,学会使用 PhotoShop 来实现各种功能和设计,解决在淘宝店铺中装修时遇到的各种装修效果问题,能够设计装修出常见的各种店铺风格的店铺首页以及商品详情页,具备表达恰当、美观大气并能够体现商品的网店装修和美工的能力。同时通过粽子产业学院项目,学生能够完成粽子产业学院电商平台的

装修，本课程的学习，使学生培养成为技能全面，实战能力超强的“能手”型人才。

三、课程目标

（一）知识目标

1. 认识电子商务视觉设计的重要性
2. 了解美术基础及强化素描、色彩、手绘等
3. 熟练使用 Photoshop 软件
4. 初步理解专业图像处理、图片的修复与合
5. 认识店招、海报的设计，深入理解详情页制作、店铺装修的构思的作用
6. 深入理解美工实践课店铺装，深入理解认识专业美工

（二）能力目标

1. 会使用 Photoshop 软件完成设计
2. 能够完成产业学院的淘宝店铺平面构成、色彩、版面设计的关系
3. 掌握颜色值的配置和背景图案的设置方法，熟练掌握字符、链接颜色的设置方法
4. 掌握重复、渐变、发射的构成练习
5. 掌握特异、肌理、图与底、对比、韵律等平面使用方法
6. 掌握使用滤镜对现成的图像进行处理
7. 掌握熟练掌握图案填充的技巧
8. 掌握相关工具和技巧的混合运用，绘制出各种图案效果
9. 能够运用美术思想来设计制作具有观赏性的网页页面
10. 能够为产业学院设计淘宝店铺的店招、轮播图等图片

（三）素质目标

1. 课程思政

(1) 在传授知识和能力培养中，强化学生家国情怀，弘扬社会主义核心价值观

(2) 传播爱党、爱国、积极向上的正能量

(3) 培养学生设计思维、系统思维、提升创新创业、自主学习、沟通协调、互相帮助的能力，使学生具备职业精神和职业道德

2. 方法能力

(1) 具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风

(2) 有好强素质和职业道德

(3) 与产业学院开展壮乡寿源粽项目合作，使学生具有高度责任心和良好的团队合作精神

(4) 具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力

3. 社会能力目标

(1) 具有较强的网店设计创意思维、艺术设计素质

四、课程学分与时数分配

课程名称	电子商务视觉设计	总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	认识电商视觉设计	视觉识别设计、视觉传达设计、网店的视觉定位、明确视觉规范的作用、对称切割构图法、组合切割构图法、整体场景构图法、多重切割构图法、简单切割构图法、流程构图法、放射构图法、物体轮廓构图法			4
2	电商网站视觉配色设计	色搭原则七要素、色彩的联觉聚焦图片、网店风格的形成要素、网店页面的配色误区、网店的整体配色案例			4
3	店铺标志视觉设计	徽标的设计要领、徽标的设计标准、店标的设计形态、店标的设计技巧、不同行业的店标设计、店标的设计流程			6

4	店铺首页视觉设计	首页跳失率、首页点击率、首页人均点击次数、首页平均停留时间、店招视觉设计规范、店铺名称的艺术化处理、图层样式的应用、设计聚焦消费者视线、构建设计图三要素、溶图的应用规范、商品陈列区视觉设计 、营造视觉动线、商品布局艺术化、化妆品店铺首页视觉设计案例	6
5	商品详情页视觉设计	商品主图的设计规范、商品主图的设计形式、添加文案提高主图点击率、商品细节展示区的表现形式、商品细节展示区通用设计方式、商品功效简介区的设计规范、修饰元素在设计中的重要性、女鞋商品详情页视觉设计案例	6
6	高点击率推广图片视觉设计	推广图片构图法则、变化式构图、对角线构图、平衡式构图、对称式构图、紧凑式构图 、X 形构图、直通车图片设计、钻展图设计、聚划算主图设计	6
7	网店促销活动页视觉设计	促销广告的黄金设计要素、保证设计的基本美感、营造促销氛围、促销广告图片的设计原则、不同发展阶段的促销广告设计、发展初期——为打造爆款而促销、发展中期——为品牌而促销、发展成熟期——为客户而促销	6
8	移动端网店的用户体验设计	移动端网店的设计标准、移动端网店店标设计、移动端网店图片尺寸标准、移动端网店框架结构安排、移动端网店视觉设计、迎合极速打开需求、信息内容简洁，便于快速传播、简单方便的操作与交互、整体设计风格首尾呼应、保持色彩与文字的鲜明感、保持常换常新	10
9	手机移动端淘宝店铺视觉设计	手机移动端淘宝店铺首页优化设计、店招的优化设计、轮播图片优化设计、优惠券的优化设计、商品分类导航优化设计、商品分类展示优化设计、电子数码类商品店铺首页案例解析、手机淘宝店铺详情页优化设计、商品详情页的设计误区、根据消费者的页面平均停留时间设计	10
10	移动端微店视觉设计	微店首页优化设计、首页的框架设计、清晰而准确的设计思路、遵守设计学的“七秒定律”、注重细节设计、商品详情页优化设计 、商品主图的设计、商品描述图的设计、微店底部导航优化设计、底部导航的主要功能 、底部导航的设计规则、母婴微店视觉设计案例构思、首页设计布局规划、主色调：高纯度	10

		暖色调、案例配色扩展、案例设计流程、母婴微店视觉设计案例实操、制作微店店招、制作首页导航、制作促销广告、制作特价专区、制作商品详情页	
--	--	--	--

五、课程思路

通过对电子商务专业的工作岗位分析,确定电子商务视觉设计课程的设计思路:本课程设计遵循以学生为中心,以技能为导向的理念,结合产业学院项目分析电子商务视觉设计的岗位专业知识、技能和态度,分析电子商务视觉设计的职业能力点。《电子商务视觉设计》课程是与美术、Photoshop 图像处理互相补充。通过学习学生能掌握网店设计的各种知识,并运用所学知识做出具有特色的网店装修,能够为粽子产业学院项目的电商平台进行店铺的装修,使学生能够得到全面的培养,成为社会所需专用的人才。

六、课程内容与教学要求

项目(任务)名称	子项目或学习任务	教学目标	教学重、难点	课程思政元素	考核点	教学方法和建议	参考学时
初识电商视觉设计	视觉识别设计、视觉传达设计、网店的视觉定位、明确视觉规范的作用、对称切割构图法、组合切割构图法、整体场景构图法、多重切割构图法、简单切割构图法、流程构图法、放射构图法、物体轮廓构图法	知识目标: 1. 了解视觉设计的定义及其类型。 2. 了解电商视觉设计前准备工作。 3. 掌握电商视觉设计黄金构图法。 技能目标: 1. 熟悉电商视觉设计前的准备工作 2. 掌握电商视觉设计黄金构图法 思政目标: 1. 让学生正确认识电商视觉设计 2. 培养学生在设计的过程中尊重原创作品	重点: 1. 熟练掌握并运用电商视觉设计黄金构图法 难点: 1. 熟练运用电商视觉设计黄金构图法	文明	熟练运用电商视觉设计黄金构图法	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
电商网站视觉配色设计	色搭原则七要素、色彩的联觉聚焦图片、网店风格的形成要素、网店页面的配色误区、网店的整体配色案例	知识目标: 1. 了解色搭原则七要素。 2. 了解色彩联觉现象的定义。 3. 了解网店风格的几大形成要素。 4. 了解网店页面常见的配色误区。 技能目标: 1. 了解掌握网店页面的配色方案。	重点: 1、了解网店风格的几大形成要素 2. 了解网店页面常见的配色误区。 难点: 1、掌握网店页面	有理想	网店页面的配色方案。网店风格的几大形成要素。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6

		2. 熟悉网店风格的几大形成要素。 3. 了解网店页面常见的配色误区。 思政目标: 1. 向学生传授课程知识的同时树立核心价值观	的配色方案 2、掌握网店风格的几大形成要素。				
店铺标志视觉设计	徽标的设计要领、徽标的设计标准、店标的设计形态、店标的设计技巧、不同行业的店标设计、店标的设计流程	知识目标: 1. 了解徽标的设计要领及设计标准。 2. 了解店标的设计形态的类型。 3. 了解店标设计的七大技巧。 4. 熟练掌握店标的设计流程。 技能目标: 1. 熟悉店标设计的七大技巧。 2. 熟练掌握店标的设计流程。 思政目标: 1. 培养学生能够自觉遵守设计职业道德，在设计标志时要真实，图文信息有效，不得抄袭他人作品。	重点: 1、熟悉店标设计的七大技巧 2、熟悉店标的设计流程。 难点: 1、熟练运用店标设计的七大技巧 2、掌握店标的设计流程。	法治	运用店标设计的七大技巧。店标的设计流程。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
店铺首页视觉设计	首页跳失率、首页点击率、首页人均点击次数、首页平均停留时间、店招视觉设计规范、店铺名称的艺术化处理、图层样式的应用、设计聚焦消费者视线、构建设计图三要素、溶	知识目标: 1. 了解首页视觉水平的四大指标。 2. 熟悉店招视觉设计的规范及技巧。 3. 掌握首焦轮播区视觉设计的技巧。	重点: 1、掌握店招的设计规范及技巧 2、掌握首焦轮播区的设计技巧。 难点:	爱国	店招的设计规范及技巧。运用首焦轮播区的设计技巧。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6

	图的应用规范、商品陈列区视觉设计、营造视觉动线、商品布局艺术化、化妆品店铺首页视觉设计案例	4. 了解商品陈列区视觉设计。 5. 掌握商品陈列区的布局技巧。 技能目标: 1. 掌握店招的设计规范及技巧。 2. 熟练掌握首焦轮播区的设计技巧。 思政目标: 1. 培养学生文明用词,在图片设计上不得含有有损于国家、社会公共利益的内容和文字。	1、熟悉店招的设计规范及技巧 2、熟练运用首焦轮播区的设计技巧				
商品详情页视觉设计	商品主图的设计规范、商品主图的设计形式、添加文案提高主图点击率、商品细节展示区的表现形式、商品细节展示区通用设计方式、商品功效简介区的设计规范、修饰元素在设计中的重要性、女鞋商品详情页视觉设计案例	知识目标: 1. 了解商品主图的设计规范。 2. 熟悉商品主图的设计形式。 3. 掌握商品细节展示区设计。 4. 了解修饰元素在设计中的重要性。 技能目标: 1. 熟悉商品主图的设计形式。 2. 掌握商品细节展示区设计技巧。 3. 熟练掌握商品详情页各元素的设计方法。 思政目标: 遵守法律法规,详情页图片真实有效,不得使用不真实产品图,不得使用有水印的图片。	重点: 1. 掌握商品主图的设计形式 2. 掌握商品细节展示区设计技巧 3. 熟悉商品详情页各元素的设计方法。 难点: 1. 掌握并运用商品主图的设计形式 2. 熟练运用商品细节展示区设计技巧	诚信	运用商品主图的设计形式。运用商品细节展示区设计技巧。运用商品功效简介区各元素的设计方法。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6

			3. 熟练运用商品功效简介区各元素的设计方法。				
高点击率推广图片视觉设计	推广图片构图法则、变化式构图、对角线构图、平衡式构图、对称式构图、紧凑式构图、X形构图、直通车图片设计、钻展图设计、聚划算主图设计	知识目标： 1. 了解商品主图的设计规范。 2. 熟悉商品主图的设计形式。 3. 掌握商品细节展示区设计。 4. 了解修饰元素在设计中的重要性。 技能目标： 1. 熟悉商品主图的设计形式。 2. 掌握商品细节展示区设计技巧。 3. 熟练掌握商品详情页各元素的设计方法。 思政目标： 1. 在设计图片时，不得使用违禁元素。	重点： 1. 掌握商品主图的设计形式。掌握商品细节展示区设计技巧 2. 熟悉商品详情页各元素的设计方法。 难点： 1. 掌握并运用商品主图的设计形式 2. 熟练运用商品细节展示区设计技巧 3. 熟练运用商品功效简介区各元素的设计方法	法治	运用商品主图的设计形式。运用商品细节展示区设计技巧。运用商品功效简介区各元素的设计方法。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
网店促销活动网页视觉	促销广告的黄金设计要素、保证设计的基本美感、营造促销氛围、促销广告图片的设计原则。	知识目标： 1. 了解如何营造促销广告氛围的要点。	重点： 1、掌握促销广告的三大设计原则	敬业	熟练运用促销广告的三大设计原则。	案例教学法、项目教学法、	6

设计	则、不同发展阶段的促销广告设计、发展初期——为打造爆款而促销、发展中期——为品牌而促销、发展成熟期——为客户而促销	2. 了解促销广告的三大设计原则。 3. 了解店铺不同发展阶段促销广告的设计方法。 技能目标： 1. 熟悉促销广告的三大设计原则。 2. 熟悉店铺处在不同发展阶段时促销广告的定位点。 思政目标： 合理使用营销词，不能夸大营销词，欺骗消费者	2、掌握店铺在不同发展阶段促销广告的设计方法。 难点： 1. 熟练运用促销广告的三大设计原则。 2. 熟练运用店铺在不同发展阶段所使用的促销广告设计定位点。		熟练运用店铺在不同发展阶段所使用的促销广告设计定位点。	问题导向、小组研讨	
移动端网店的用户体验设计	移动端网店的设计标准、移动端网店店标设计、移动端网店图片尺寸标准、移动端网店框架结构安排、移动端网店视觉设计、迎合极速打开需求、信息内容简洁，便于快速传播、简单方便的操作与交互、整体设计风格首尾呼应、保持色彩与文字的鲜明感、保持常换常新	知识目标： 1. 了解移动端网店的店标设计。 2. 掌握移动端网店的图片尺寸标准。 3. 了解移动端网店如何进行视觉设计。 技能目标： 1. 熟悉移动端网店的店标设计、图片尺寸标准以及框架结构安排。 2. 掌握移动端网店视觉设计方法。 思政目标： 1. 遵循设计原则，让用户有很好的体验 2. 让学生在设计时有幸福感	重点： 1、掌握移动端网店的设计标准 2、熟练掌握移动端网店如何进行视觉设计。 难点： 1. 能够运用移动端网店的设计标准。 2. 掌握移动端网店如何进行视觉设计。	有理想 有文化	运用移动端网店的设计标准。移动端网店如何进行视觉设计。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	10

手机移动端淘宝店铺视觉设计	手机移动端淘宝店铺首页优化设计、店招的优化设计、轮播图片优化设计、优惠券的优化设计、商品分类导航优化设计、商品分类展示优化设计、电子数码类商品店铺首页案例解析、手机淘宝店铺详情页优化设计、商品详情页的设计误区、根据消费者的页面平均停留时间设计	知识目标： 1. 了解店招的优化设计方法。 2. 了解轮播图片的优化设计方法。 3. 了解优惠券的优化设计方法。 4. 了解商品分类导航及分类展示的优化方法。 5. 了解店铺详情页设计的 FABE 原则及设计误区。 技能目标： 1. 掌握手机移动端淘宝店铺首页优化设计。 2. 掌握手机淘宝店铺详情页的设计方法。 思政目标： 1. 培养学生民族文化意识，突出特色，勇于创新 2. 培养学生良好的职业道德，增强对手机移动端淘宝店铺视觉设计	重点： 1、熟练掌握手机移动端淘宝店铺首页设计的优化技巧 2、熟练掌握手机淘宝店铺详情页的设计方法。 难点： 1、熟练运用优化技巧对手机移动端淘宝店铺首页进行优化 2、熟练运用手机淘宝店铺详情页的设计方法。	有文化 社会责 任感	运用优化技巧对手机移动端淘宝店铺首页进行优化。运用手机淘宝店铺详情页的设计方法。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	10
---------------	---	--	--	------------------	--	-----------------------	----

手机移动端微店视觉设计	微店首页优化设计、首页的框架设计、清晰而准确的设计思路、遵守设计学的“七秒定律”、注重细节设计、商品详情页优化设计、商品主图的设计、商品描述图的设计、微店底部导航优化设计、底部导航的主要功能、底部导航的设计规则、母婴微店视觉设计案例构思、首页设计布局规划、主色调：高纯度暖色调、案例配色扩展、案例设计流程、母婴微店视觉设计案例实操、制作微店店招、制作首页导航、制作促销广告、制作特价专区、制作商品详情页	知识目标： 1. 掌握微店首页优化设计的方法。 2. 了解商品详情页优化设计的方法。 3. 了解微店底部导航优化设计的方法。 4. 了解母婴微店视觉设计案例的实操过程。 技能目标： 1. 掌握微店首页的优化设计方法。 2. 掌握商品详情页的优化设计方法。 思政目标： 1. 让学生在了解手机移动端微店视觉设计的规则 2. 明文用词，理性设计	重点： 1、掌握微店首页的优化设计方法 2、掌握商品详情页的优化设计方法。 难点： 1、能够熟练运用微店首页优化设计的技巧 2、能够熟练运用商品详情页优化设计的方法 3、能够熟练运用微店底部导航优化设计的方法。	工匠精神	运用微店首页优化设计的技巧。运用商品详情页优化设计的方法。运用微店底部导航优化设计的方法。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	10
-------------	--	---	--	------	---	-----------------------	----

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

1. 要求教师具有本科学历，其所在专业为电子商务等相关专业。
2. 教师具有 1+X 网店运营推广初级证书
3. 学校的相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方面提供更多的机会，保证他们有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运存，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务普通专用机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

1. 教师方面：

教学要遵循“任务驱动”教学原则，采用理实一体化授课方式。

（1）教学方面：教师应该做好任务设计、任务的解释说明、任务进程的监控、还应有过程考核和任务考核评价。同时考虑到学生的实际情况，除了任务的解释说明中，还应该有如案例引入、理论解释和操作示范。

（2）理论解释,将基础理论知识融入到案例中进行案例分析。

（3）操作示范,根据电子商务技术理论，进行相关技能的操作演示。

2. 学生学习方面：

主要是由学生分组进行一个任务，注重课内实践和知识内化。

（1）课内实践，以小组为单位(5-6人为一小组)，结合课堂所学习的知识和方法，合理分工完成一个个任务。

（2）知识内化，要求学生在实践过程中随时讨论总结，并在任务结束后以小组汇报的形式将小组的合作情况、体会、知识运用、技能操作等向指导老师汇报。

（四）课程考核与评价方法

1. 考核项目：包括平时考核和终结考核

（1）平时考核：包括常规考核（出勤、上课纪律、回答问题等）、团队作业。

（2）期末考试：综合考核

2. 评价标准

成绩构成	权重（%）
平时成绩	10
课堂作业、提问	10
团队活动	20
期末综合考核	60
合计	100

（五）教材及参考书选用

当前使用的教材，童海君主编，《电子商务视觉设计》人民邮电出版社。

参考书选用：《网店美工与视觉设计》闫寒（主编）；《移动电商视觉营销》王昂，李敏，马玉洪（主编）；《新媒体视觉设计》刘琛主编；《网店美工视觉设计实战教程（全彩微课版第2版）》王莎，夏收（主编）

（六）课程资源建设要求

1. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

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

3. 产学合作开发实验实训课程资源，与企业进行产学合作，建立实习实训基地，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

4. 建立校内实训基地，使之具备现场教学、实验实训的功能，以提供让学生理论与实践相结合的契机。

《网店商品摄影与后期处理》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	网店商品摄影与后期处理		开课系部	财经与商贸系
课程代码	jgbx0115		考核方式	考试
前导课程				
后续课程	网店美工			
总学时	72	课程类型(方框内打√)	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单(含校外专家)

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	黄小艳	广西现代职业技术学院	教员
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员
3	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员
4	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员

二、课程性质

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。旨在培养学生商品拍摄和图像后期处理的能力,帮助学生提高审美能力和对艺术规律的把握,为拍摄出合格的商品图片奠定良好的基础。

三、课程目标

(一) 知识目标

1. 对摄影有系统了解、掌握、运用
2. 提高学生广告摄影造型的艺术修养和创作能力

3. 对照片进行后期加工处理的能力和技巧

（二）能力目标

1. 培养和提高各方面综合素质，增强观察力、表现力和审美能力
2. 在学习过程中注意理论联系实际，注重实际技能的培养，能将艺术形式和所制作的内容达到完整统一
3. 了解各种常用摄影器材的性能
4. 掌握摄影的基本技能：懂得照片的评析
5. 能对服装类、数码类、首饰类等商品进行拍摄
6. 能对拍摄好的商品图片进行裁剪与倾斜矫正商品拍摄的轻微变形
7. 能对拍摄好的商品图片进行抠图
8. 能对拍摄好的商品图片调整图像大小，变像素总质量以及分辨率
9. 能对拍摄好的商品图片进行色阶，曲线和色相饱和度调整
10. 能制作并批量添加水印，防止图片被盗
11. 为壮乡寿源粽产品进行拍摄。

（三）素质目标

1. 课程思政

- (1) 通过提炼摄影教学各章节中的爱国情怀、法治意识、社会责任、文化自信和人文精神, 并将其转化为社会主义核心价值观
- (2) 教育具体而生动的载体, 使学生能够在摄影课程中践行社会主义核心价值观, 将学生对国家与社会的责任感和使命感转化为学习的内在动力
- (3) 鼓励学生在实践中培养求真务实、开拓进取、科研创新意识和学术诚信的科学观, 把个人理想与国家的发展与需求紧密结合起来

2. 方法能力

- (1) 培养学生的沟通能力和协作精神
- (2) 培养学生勤于思考、认真做事的良好作风
- (3) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风

- (4)培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心
- (5)培养学生自主学习能力和知识应用能力
- (6)培养学生理论联系实际的工作作风、严肃认真的科学态度以及独立工作的能力

3. 社会能力目标

- (1)学生能够按照时间和质量要求，迅速进入学习状态

四、课程学分与时数分配

课程名称	网店商品摄影与后期处理	总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	网店商品摄影的基本要求	网店商品摄影师的基本要求、商品拍摄要真实、客观、具备一定的美学素养、网店商品照片的基本要求、符合网店要求的图片尺寸、合适的商品照片数量、照片要突出商品本身、足够的细节展示、准确还原商品色彩、符合后期处理的需要			6
2	商品拍摄的设备与技法	相机的选择、单反相机、微单相机、常用的器材和附件、相机镜头的选择、静物棚、灯光与反光附件、商品摄影的对焦、单次自动对焦、手动对焦、曝光三要素及其对画面的影响、光圈——控制清晰范围、快门——影响画面清晰程度、感光度——影响画面的画质、常用的商品摄影曝光模式、光圈优先模式、手动曝光模式			6
3	商品拍摄的构图与用光技巧	方位与角度的变化、取景方位的变化、取景角度的变化、商品拍摄的构图技巧、井字形构图法、中央构图法、对角线构图法、三角形构图法、留白构图法、网店摄影中的两类光源、易于使用的自然光、可精确控制的人造光、光质变化影响光影效果、硬光展现立体感与表面质感、软光展现商品细节、拍摄不同材质商品的用光技巧、吸光类商品拍摄——左右两侧布光、反光类商品拍摄——前后交叉布光、透明类商品拍摄——上下交叉布光、适用度很高的布光方式——环形布光、优秀商品图片的拍摄			6

		技巧、通过搭配衬托商品主题、全方位、多角度地拍摄商品	
4	服装商品的拍摄	拍摄女式毛衫、拍摄技法解析、具有纵深感的场地突出服装、采用与天气一致的预设白平衡、找准主要光源进行测光、运用闪光灯勾勒轮廓、变换角度进行拍摄、构图时留下后期裁切空间、拍摄表演服、拍摄技法解析、获得准确的曝光、摆出适当的姿势展现服装的个性风采、拍摄休闲亲子装、拍摄技法解析、拍摄模特的坐姿、拍摄角度与姿势变化结合、捕捉精彩瞬间渲染氛围、拍摄长裙、拍摄技法解析、避免长裙曝光过度、获得准确的曝光、摆出适当的姿势展现长裙的优雅、展现婚纱背面的细节	6
5	鞋类商品的拍摄	拍摄女童单鞋、拍摄技法解析、鞋子前端对准灯光、拍摄鞋子的标准侧面、多角度的展现、拍摄鞋子的内部、拍摄男士休闲皮鞋、高效拍摄正方形展示图、增高视角拍摄鞋子内部材质、其他细节的展现、拍摄技法解析、寻找恰当的位置对焦、正面和侧面的拍摄技巧、拍摄鞋子上脚图、拍摄儿童运动鞋、拍摄技法解析、拍摄鞋子侧面、后面的线条与造型、拍摄鞋底的防滑纹理、拍摄鞋子细节特写	6
6	箱包类商品的拍摄	拍摄男士长款钱包、拍摄技法解析、准备制作锡箔反光板、将锡箔纸弯曲成反光板、缩短补光距离，获得更柔和的光线、根据拍摄距离变化选择适当的光圈、调整灯光和角度刻画钱包表面皮纹、展示钱包的功能与大小、拍摄时尚手提包、拍摄技法解析、试拍并确定曝光组合、拍摄手提包的正面、背面与侧面、拍摄休闲单肩包、拍摄技法解析、从斜侧面拍摄单肩包全貌、从多个角度拍摄表现单肩包的款式、用参照物来展现单肩包的容量、从高处俯拍单肩包内部的材质、拍摄旅行拉杆箱、拍摄技法解析、确定基本构图、调整拍摄角度，避免出现大量高光反射、保持平拍角度，避免箱包变形、注重关键细节的拍摄	6
7	珠宝首饰类商品的拍摄	拍摄天然玛瑙项链、拍摄技法解析、优化背景布置、减少曝光补偿值获得准确曝光、降低机位更具美感、根据侧重不同控制景深、拍摄时尚手表、拍摄技法解析、使用白色背景时增加	12

		曝光补偿值、使用三脚架稳定相机进行细节拍摄、保持稳定再拍摄手表上手图、拍摄男士皮带、拍摄技法解析、使用三脚架拍摄皮带扣、减少曝光补偿值，让皮带获得准确曝光、拍摄整体商品图、拍摄水晶项链、减少一档曝光值，以增强水晶的质感、微调整拍摄角度，避免水晶面大面积反光、拍摄流星耳钉、寻找让耳钉平稳放置的台面、利用动感的斜线构图法构图、拍摄耳钉背面的细节	
8	数码产品类商品的拍摄	拍摄单反镜头、双灯对称照明，展现镜头的质感、调整曝光补偿值，获得准确曝光、缩小光圈，并降低曝光补偿值、消除环境光，展现镜片的整洁、拍摄遮光罩的使用状态、展现镜头实际工作中的样子、拍摄智能手机、拍摄手机的正面和背面、避免光线从正面照射手机屏幕、采用侧面拍摄展现手机细节、拍摄电脑鼠标、遮挡环境中的反光、改变光斑的形状、增加补光效果、拍摄平板电脑、使用三脚架稳定相机，对屏幕进行特写拍摄、使用参照物对比平板电脑的大小、用稍加倾斜的拍摄角度增强真实感、通过侧光照明展现接口和按钮	12
9	日用百货类商品的拍摄	拍摄复古茶壶、尝试多角度拍摄，全方位表达商品信息、增加曝光避免茶具曝光不足、运用微距镜头展现单品的细节、拍摄创意收纳盒、在盒内加入物品后进行拍摄、多角度进行拍摄，开闭状态要有变化、利用参照物来表现商品大小、拍摄精美定制红包、拍摄带环境背景的整体效果图、将光源的位置调整到商品上方、商品细节的单独特写、拍摄钥匙扣挂件、使用硬光来突出质感、控制景深的大小、展现商品细节时，注意控制焦点位置	12
10	特色美食类商品的拍摄	拍摄川贝陈皮柠檬膏、以较高的视角拍摄正面效果、重点拍摄瓶身上的重要信息、缩小光圈拍摄食品细节、拍摄寿源粽、拍摄选料加工环节、烹饪与摆盘的照片拍摄、两种常用的取景角度、通过冷暖色改变粽子的色彩、拍摄休闲小食品、拍摄商品外包装、缩短补光距离展现细节、高机位俯拍正反面、清理食物残渣，保持画面整洁、缩小光圈再拍摄食品局部	12

五、课程设计思路

通过对电子商务专业的工作岗位分析,确定电子商务电子商务视觉设计课程的设计思路:本课程以任务引领型为课程框架,把课程按递进方式设计成项目,并以项目为单元组织教学,使学生由浅入深,逐渐实现全面掌握网店商品拍摄的职业技能。本课程构建基于商品拍摄与处理的学习情境,包括商品画面构图和拍摄角度、调整光圈,快门速度,曝光补偿、选择三脚架,配备好灯光设备、掌握微距拍摄、做好背景,避免色干扰、拍摄服装类、数码类、首饰类等商品、裁剪与倾斜矫正商品拍摄的轻微变形、使用魔术棒和钢笔工具对图片进行抠图、调整图片图像大小、改变像素总质量以及分辨率、调整色阶,让照片更亮丽、使用曲线调整色调、水印的制作技巧等专业知识、技能等专业能力,并采用任务驱动和角色扮演的方式锻炼学生的独立解决问题、团队合作等基本素养,从而实现学生职业能力的培养。

六、课程内容与教学要求

项目名称	子项目 或学习任务	教学目标	教学重、难点	课程 思政 元素	考核点	教学方法 和建议	参考学 时
网店商品摄影的基本要求	1、网店商品摄影师的基本要求 2、网店商品照片的基本要求	知识目标： 1、了解网店商品摄影师的基本要求 2、掌握网店商品照片的基本要求 技能目标： 1、了解网店商品摄影师的基本要求 2、掌握网店商品照片的基本要求 思政目标： 1. 在摄影课程中融入精准扶贫、诚信、亲情等热点话题，展现了大学生思考问题的独特角度和思想深度	重点： 1. 熟悉网店商品摄影师的基本要求。 2. 熟练掌握网店商品照片的基本要求。 难点： 1. 熟悉网店商品摄影师的基本要求。 2. 熟练掌握网店商品照片的基本要求。	社会责任感	网店商品摄影师的基本要求，网店商品照片的基本要求。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6

商品拍摄的设备与技法	1、相机的选择 2、常用的器材和附件 3、常用的商品摄影曝光模式	知识目标： 1. 学会选择合适的相机与镜头，根据需要搭配镜头组合。 2. 理解自动对焦与手动对焦的区别，并能根据实际需要进行选择。 学会控制光圈、快门、感光度和曝光参数。 3. 理解两种常用的曝光模式。 4. 理解并能运用曝光补偿功能。 技能目标： 1. 学会选择合适的相机与镜头，根据需要搭配镜头组合。 2. 理解自动对焦与手动对焦的区别，并能根据实际需要进行选择。 3. 学会控制光圈、快门、感光度和曝光参数。 思政目标： 1. 在讲授摄影的同时，宣扬中国的“自然之美”“社会之美”，让学生在新时代的美丽中国中感受到精神的愉悦，并增加对民族的自信心。	重点： 1. 学会选择合适的相机与镜头，根据需要搭配镜头组合。 2. 学会控制光圈、快门、感光度和曝光参数。 3. 理解自动对焦与手动对焦的区别，并能根据实际需要进行选择。 4. 理解两种常用的曝光模式并能运用曝光补偿功能。 难点： 1. 学会选择合适的相机与镜头，根据需要搭配镜头组合。 2. 学会控制光圈、快门、感光度和曝光参数。 3. 理解自动对焦与手动对焦的区别，并能根据实际需要进行选择。	爱国情怀	选择合适的相机与镜头，根据需要搭配镜头组合。学会控制光圈、快门、感光度和曝光参数。理解自动对焦与手动对焦的区别，并能根据实际需要进行选择。理解两种常用的曝光模式，并能运用曝光补偿功能。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
------------	--	---	---	------	--	-----------------------	---

拍摄的构图与用光技巧	1、方位与角度 2、商品拍摄的构图技巧 3、网店摄影中的两类光源 4、优秀商品图片的拍摄技巧	知识目标： 1. 理解取景方位的变化，并学会灵活运用。 2. 掌握基本的构图方法，并能运用到网店商品拍摄中。 3. 对人造光与自然光有基本的认识。 4. 理解两种不同的光源对画面光影的影响，并学会灵活运用。 5. 掌握拍摄不同材质商品时的用光技巧 技能目标： 1. 学会灵活运用取景方位。 2. 掌握基本的构图方法，并能运用到网店商品拍摄中。 3. 学会灵活运用人造光和自然光。 4. 掌握拍摄不同材质商品时的用光技巧。 思政目标： 1. 准确把握新时代、新思想、新要求，并将其引入到实际教学中，让学生感受到德育的温度，渗透到心灵，才能够达到以文化人、砥砺品行的教育目标。	重点： 1. 掌握基本的构图方法，并能运用到网店商品拍摄中。 2. 学会灵活运用人造光和自然光。 3. 熟练掌握拍摄不同材质商品时的用光技巧。 难点： 1. 网店商品拍摄中构图方法的运用。 2. 人造光和自然光的灵活运用。 3. 熟练掌握拍摄不同材质商品时的用光技巧。	有道德	网店商品拍摄中构图方法的运用。人造光和自然光的灵活运用。拍摄不同材质商品时的用光技巧。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
------------	---	---	---	-----	---	-----------------------	---

服装商品的拍摄	1、拍摄女式毛衫 2、拍摄表演服装 3、拍摄休闲亲子装 4、拍摄女装长裙子	知识目标： 1. 借助道具让模特迅速进入拍摄状态，摆出适当的姿势。 2. 能够区分人像摄影与服装摄影，找到服装拍摄的侧重点。 3. 能够有意识地展现服装的各种细节、面料质地和制作工艺等。 4. 能够准确还原服装原本的色彩，减少在不同环境中拍摄造成的色差问题。 5. 运用不同的镜头来表现不同类型的服装。 技能目标： 1. 能够找到服装拍摄的侧重点，并能区分人像摄影与服装摄影。 2. 能够有意识地展现服装的各种细节、面料质地、制作工艺等。 3. 能够准确还原服装原本的色彩，减少在不同环境中拍摄造成的色差问题。 4. 运用不同的镜头来表现不同类型的服装。 思政目标： 1. 通过摄影作品传递美丽中国的精神面貌	重点： 1. 能够熟练找到服装拍摄的侧重点，并能区分人像摄影与服装摄影。 2. 能够有意识地展现服装的各种细节、面料质地、制作工艺等。 3. 能够还原服装原本的色彩，减少在不同环境中拍摄造成的色差问题。 4. 灵活运用不同的镜头来表现不同类型的服装。 难点： 1. 熟练找到服装拍摄的侧重点，并能区分人像摄影与服装摄影。 2. 能够熟练并有意识地展现服装的各种细节、面料质地、制作工艺等。 3. 能够准确还原服装原本的色彩，减少在不同环境中拍摄造成的色差问题。 4. 灵活运用不同的镜头来表现不同类型的服装。	爱国	熟练找到服装拍摄的侧重点，并能区分人像摄影与服装摄影。能够展现服装的各种细节、面料质地、制作工艺等。能够准确还原服装原本的色彩，减少在不同环境中拍摄造成的色差问题。运用不同的镜头来表现不同类型的服装。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
---------	--	---	---	----	--	-----------------------	---

鞋类商品的拍摄	1、拍摄女童单鞋 2、拍摄休闲皮鞋 3、拍摄儿童运动鞋	知识目标： 1. 能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光。 2. 能够根据需要表现鞋子区域的不同，灵活调整对焦点覆盖的位置。 3. 能够调整拍摄角度或灯光的照射角度，以改变鞋子表面高光点的位置和大小，增强鞋子的质感与立体感。 技能目标： 1. 能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光。 2. 能够根据需要表现鞋子区域的不同，灵活调整对焦点覆盖的位置。 3. 能够调整拍摄角度或灯光的照射角度，以改变鞋子表面高光点的位置和大小，增强鞋子的质感与立体感。 思政目标： 1. 摄影美学的价值在于通过人物、景物、情境去烘托摄影艺术的崇高与价值，传递给人们的是一种善与美、动与静、真与情。	重点： 1. 能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光。 2. 能够根据需要表现鞋子区域的不同，灵活调整对焦点覆盖的位置。 3. 能够调整拍摄角度或灯光的照射角度，以改变鞋子表面高光点的位置和大小，增强鞋子的质感与立体感。 难点： 1. 学会灵活调整灯光根据鞋子的大小与款式。 2. 学会灵活调整对焦点覆盖的位置，根据需要表现鞋子区域的不同。 3. 能够熟练调整拍摄角度或灯光的照射角度，以改变鞋子表面高光点的位置和大小，增强鞋子的质感与立体感。	自信 心	灵活调整灯光根据鞋子的大小与款式。灵活调整对焦点覆盖的位置，根据需要表现鞋子区域的不同。能够熟练调整拍摄角度或灯光的照射角度，以改变鞋子表面高光点的位置和大小，增强鞋子的质感与立体感。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
---------	-----------------------------------	---	--	---------	--	-----------------------	---

箱包类商品的拍摄	1、拍摄长款钱包 2、拍摄时尚手提包 3、拍摄旅行拉杆箱	知识目标： 1. 学会利用不同的材质进行反光，做好箱包类商品在细节方面的展现。 2. 学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸和容量等。 3. 灵活调节灯光的位置及光质，展现箱包类商品的细节与质感。 技能目标： 1. 学会利用不同的材质进行反光，做好箱包类商品在细节方面的展现。 2. 学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸、容量等。 3. 灵活调节灯光的位置及光质，展现箱包类商品的细节与质感。 思政目标： 1. 在上课的过程中，树立同学们职业道德观，不能乱拍低俗照片。	重点： 1. 掌握利用不同的材质进行反光，做好箱包类商品在细节方面的展现。 2. 学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸、容量等。 3. 灵活掌握调节灯光的位置及光质，展现箱包类商品的细节与质感。 难点： 1. 学会利用不同的材质进行反光，做好箱包类商品在细节方面的展现。 2. 学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸、容量等。 3. 灵活掌握调节灯光的位置及光质，展现箱包类商品的细节与质感。	法治	利用不同的材质进行反光，做好箱包类商品在细节方面的展现。借助参照物来表现箱包类商品的尺寸、容量等。灵活掌握调节灯光的位置及光质，展现箱包类商品的细节与质感。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
----------	------------------------------------	---	--	----	--	-----------------------	---

珠宝首饰类商品的拍摄	1、拍摄天然项链 2、拍摄时尚手表 3、拍摄男士皮带 4、拍摄水晶项链 5、拍摄流星耳钉	知识目标： 1. 能够熟练地控制景深，以满足不同的商品拍摄需要。 2. 能够准确判断被摄商品上的反射光情况，并根据需要增减反射光。 3. 能够准确控制焦点的位置，熟练使用手动对焦。 技能目标： 1. 熟练控制景深，以满足不同的商品拍摄需要。 2. 学会准确判断被摄商品上的反射光情况，并根据需要增减反射光。 3. 学会准确控制焦点的位置，熟练使用手动对焦。 思政目标： 1. 引导学生拍摄彰显时代特征、时代之美的作品让欣赏作品的人们感受到这种时代的气息，阐释共鸣。	重点： 1. 能够熟练地控制景深，以满足不同的商品拍摄需要。 2. 学会准确判断被摄商品上的反射光情况，并根据需要增减反射光。 3. 学会准确控制焦点的位置，熟练使用手动对焦。 难点： 1. 能够熟练地控制景深，以满足不同的商品拍摄需要。 2. 学会准确判断被摄商品上的反射光情况，并根据需要增减反射光。 3. 学会准确控制焦点的位置，熟练使用手动对焦。	时代	控制景深，以满足不同的商品拍摄需要。学会准确判断被摄商品上的反射光情况，并根据需要增减反射光。学会准确控制焦点的位置，熟练使用手动对焦。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
------------	--	--	--	----	--	-----------------------	---

数码产 品类商 品的拍 摄	1、拍摄单反镜头 2、拍摄遮光罩的使用 状态 3、拍摄电脑鼠标 4、拍摄平板电脑	知识目标： 1. 掌握拍摄不同数码产品时的布光方式。 2. 面对反光时学会精确控制曝光。 3. 掌握数码产品的拍摄技巧。 技能目标： 1. 熟练掌握拍摄不同数码产品时的布光方式。 2. 面对反光时学会精确控制曝光。 3. 熟练掌握数码产品的拍摄技巧。 思政目标： 1. 摄影师需要培养自身的文化修养、美学态度、个人风格和艺术境界，同时培养学生的中国气质。	重点： 1. 熟练掌握拍摄不同数码产品时的布光方式。 2. 面对反光时学会精确控制曝光。 3. 熟练掌握数码产品的拍摄技巧。 难点： 1. 熟练掌握拍摄不同数码产品时的布光方式。 2. 面对反光时学会精确控制曝光。 3. 熟练掌握数码产品的拍摄技巧。	社会 责任 感	熟练掌握拍摄不同数码产品时的布光方式。面对反光时学会精确控制曝光。熟练掌握数码产品的拍摄技巧。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	10
------------------------	--	---	---	---------------	---	-----------------------	----

日用百货类商品的拍摄	1、拍摄复古茶壶 2、拍摄创意收纳盒 3、拍摄精美定制红包 4、拍摄钥匙扣挂件	知识目标： 1. 熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 2. 结合后期处理的需要进行前期拍摄，将后期与前期进行统一思考。 3. 整理出需要分解拍摄的内容，有序、高效地完成拍摄工作。 4. 学会根据商品的功能、用途等进行环境搭配，展现商品的生活气息。 技能目标： 1. 熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 2. 结合后期处理的需要进行前期拍摄，将后期与前期进行统一思考。 3. 整理出需要分解拍摄的内容，有序、高效地完成拍摄工作。 4. 学会根据商品的功能、用途等进行环境搭配，展现商品的生活气息。 思政目标： 1. 培养其正确的价值观、道德感、时代感、爱国感。	重点： 1. 能够熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 2. 结合后期处理的需要进行前期拍摄，将后期与前期进行统一思考。 3. 整理出需要分解拍摄的内容，有序、高效地完成拍摄工作。 4. 学会根据商品的功能、用途等进行环境搭配，展现商品的生活气息。 难点： 1. 熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 2. 能够结合后期处理的需要进行前期拍摄，将后期与前期进行统一思考。 3. 熟练整理出需要分解拍摄的内容，有序、高效地完成拍摄工作。	爱国情怀	熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 能够结合后期处理的需要进行前期拍摄，将后期与前期进行统一思考。熟练整理出需要分解拍摄的内容，有序、高效地完成拍摄工作。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	10
------------	--	---	---	------	---	-----------------------	----

特色美食类商品的拍摄	1、拍摄陈皮柠檬膏 2、拍摄壮乡寿源粽 3、拍摄休闲小食品	知识目标： 1. 掌握适合拍摄特色美食的布光方法。 2. 能够精确控制焦点位置和景深，充分刻画美食的细节。 3. 在美食造型方面要有所突破，能够拍摄出具有美感的照片效果。 技能目标： 1. 掌握适合拍摄特色美食的布光方法。 2. 能够精确控制焦点位置和景深，充分刻画美食的细节。 3. 在美食造型方面要有所突破，能够拍摄出具有美感的照片效果。 思政目标： 1. 美食摄影作品可以为人们带来民族和本土的自豪感。	重点： 1. 熟练掌握拍摄护肤品时的布光方法。 2. 熟练掌握拍摄香水等透明类商品的方法。 3. 熟练掌握以不同的拍摄角度拍摄商品的方法。 难点： 1. 熟练掌握拍摄护肤品时的布光方法。 2. 熟练掌握拍摄香水等透明类商品的方法。 3. 熟练掌握以不同的拍摄角度拍摄商品的方法。	民族自豪感	熟练掌握拍摄护肤品时的布光方法。熟练掌握拍摄香水等透明类商品的方法。熟练掌握以不同的拍摄角度拍摄商品的方法。	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	10
------------	-------------------------------------	--	--	-------	--	-----------------------	----

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

1. 要求教师具有本科学历，其所在专业为电子商务等相关专业。
2. 教师具有 1+x 网店运营推广初级证书
3. 学校的相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方面提供更多的机会，保证他们有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运存，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务普通专用机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

1. 教师方面：

教学要遵循“任务驱动”教学原则，采用理实一体化授课方式。

（1）教学方面：教师应该做好任务设计、任务的解释说明、任务进程的监控、还应有过程考核和任务考核评价。同时考虑到学生的实际情况，除了任务的解释说明中，还应该有如案例引入、理论解释和操作示范。

（2）理论解释,将基础理论知识融入到案例中进行案例分析。

（3）操作示范,根据电子商务技术理论，进行相关技能的操作演示。

2. 学生学习方面：

主要是由学生分组进行一个任务，注重课内实践和知识内化。

（1）课内实践，以小组为单位(5-6人为一小组)，结合课堂所学习的知识和方法，合理分工完成一个个任务。

（2）知识内化，要求学生在实践过程中随时讨论总结，并在任务结束后以小组汇报的形式将小组的合作情况、体会、知识运用、技能操作等向指导老师汇报。

（四）课程考核与评价方法

1. 考核项目：包括平时考核和终结考核

（1）平时考核：包括常规考核（出勤、上课纪律、回答问题等）、团队作业。

（2）期末考试：综合考核

2. 评价标准

成绩构成	权重（%）
平时成绩	10
课堂作业、提问	10
团队活动	20
期末综合考核	60
合计	100

（五）教材及参考书选用

当前使用的教材，李瑶，吕品主编，《网店商品摄影与后期处理：实拍技巧 图片优化 视频制作》人民邮电出版社。

参考书选用：《商品摄影（第2版 全彩微课版）》段建，张瀛，张磊，曹五军（主编）；《网店商品图片与视频拍摄、处理全能一本通：商品摄影 图片处理 淘宝视频制作（视频指导版）》肖庆（主编）；《淘宝、天猫、微店商品拍摄与美图处理：从入门到精通》陈勤，朱晓军主编；《商品摄影》邬厚民，吴韬（主编）

（六）课程资源建设要求

1. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

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

3. 产学合作开发实验实训课程资源，与企业进行产学合作，建立实习实训基地，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

4. 建立校内实训基地，使之具备现场教学、实验实训的功能，以提供让学生理论与实践相结合的契机。

《网店美工》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	网店美工		开课系部	财经与商贸系
课程代码	jgbx0115		考核方式	考试
前导课程				
后续课程				
总学时	72	课程类型(方框内打√)	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单(含校外专家)

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	黄小艳	广西现代职业技术学院	教员
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员
3	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员
4	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员

二、课程性质

《网店美工》课程既是电子商务专业的一门专业核心课程,也是其他同类专业的专业必修课程。本课程根据电子商务创业者、网站美工、网络编辑等工作岗位能力要求所开设。课程以线上店铺装修为主线,以产业学院项目为主,介绍 Photoshop 基本操作、商品图片美化和处理、网店装修素材制作和设计等实用技能和方法,培养学生在设计平面设计作品和个性化店铺装修所需的设计和制作能力,是一门实践性强、系统性强、技能要求高的课程。其先修课程为大学生信息

技术基础，为本门课程提供基本的计算机操作能力，其后续课程是电子商务网站构建和维护、电子商务综合实训等。

三、课程目标

（一）知识目标

1. 认识商品照片裁剪、抠图的方法
2. 了解照片调色的方法
3. 学习商品照片的修图方法
4. 商品主副图的尺寸版面要求、商品照片背景的处理方法和步骤
5. 商品图片美化的主要方法
6. 学习不同网店装修配色、排版知识
7. 了解买家购物认知规律
8. 了解网店美工不同岗位工作内容
9. 了解数据分析指标含义和基本原理
10. 学习店铺装修诊断基础知识

（二）能力目标

1. 能够用不同的方法对照片进行裁剪、抠图
2. 掌握几种不同的商品照片的调色方法
3. 学会几种商品照片的修图方法
4. 掌握商品图片主图的挑选和图片背景优化方法
5. 掌握美化商品图片的方法，能够调整商品色差
6. 掌握主图模板制作方法，能有效突出商品卖点
7. 能够根据粽子产业学院的淘宝店铺风格和商品制作寿源粽的店招、宝贝分类栏、自定义内容区、掌握推荐宝贝区、推广区
8. 掌握校企合作项目淘宝店铺视觉营销的基本方法
9. 能够根据粽子产业学院项目的淘宝店铺风格和商品制作宝贝详情页
10. 能够掌握用生意参谋给粽子产业学院项目的数据进行分析
11. 能够查看淘宝店铺装修分析数据，并作对比分析

12. 能够撰写店铺装修诊断报告

（三）素质目标

1. 课程思政

（1）培养学生们热爱、专注、细心、精益求精、奉献、创新等大国工匠精神。让同学们学会在热爱中专注，在纷杂社会选择中独立思考，坚守职业领域，培养职业责任感

（2）在创作中不断提高人文素养和审美观，启发同学们中国文化的历史，感受人们对生活向往和热爱，从而在创作中赋予作品真善美的追求和感受

2. 方法能力

- （1）培养学生的审美及色彩辨别能力
- （2）培养细致耐心的工作态度
- （3）培养基本审美意识和审美观
- （4）倡导网络文明，使学生自觉抵制低俗营销
- （5）培养诚信经营意识，做到商品如实描述，不欺骗消费者
- （6）培养法律意识，不用没有授权图片和资料，合法经营，不恶意攻击竞争对手
- （7）培养商业机密保密意识，防止网店经营数据泄露

3. 社会能力目标

- （1）能在学习中保持积极向上的学习态度
- （2）诚实守信，认真负责，明确自己在小组团队中的作用和任务

四、课程学分与时数分配

课程名称	网店美工	总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	网店美工和基本技能	网店美工的工作范畴与设计要求、网店美工常用的			6

		图像制作与处理软件、网店美工与店铺装修风格	
2	网店配色与图片素材收集	了解店铺装修必备的色彩知识、店铺色彩搭配技巧、挑选合适店铺的色彩搭配、图片素材规划与收集	6
3	网店商品图片美化	Photoshop 图像处理软件、网店图片污点处理、网店图片裁剪、抠图、商品图调色处理	6
4	店铺 LOGO 与店招视觉设计	店铺 LOGO 视觉设计、店铺导航栏视觉设计	6
5	店铺首页视觉设计	店铺首页布局、店铺首页海报的视觉设计、收藏区及客服区的视觉设计	10
6	推广图片视觉设计	聚划算图的视觉设计、钻石展位图的视觉设计、钻石展位图的视觉设计	14
7	详情页视觉设计	详情页设计、详情页模块设计、优化产品详情及其他设计	14
8	无线端店铺视觉设计	无线端店铺视觉设计、无线端店铺的设计	10

五、课程设计思路

1. 突破常规教学顺序，采取艺术审美先行。本课程的设计思路以终身教育、创新教育等职业教育理念为指导思想，以职业需求为导向，按照基于工作过程的职业能力来进行课程开发，这不是简单的教学顺序调整，而是从审美与应用切入，产生强烈的学习欲望，变“要我学”为“我要学”。学生在一入门就明确学习目标和任务，树立好学习该课程的信心。

2. 突出创新思维目标在美工中的运用。本课程设计中把全部内容分为新手美工入门、Photoshop 软件工具操作应用、构图、主图、海报、详情页和店铺装修等八个模块，将美工理论、技术与实践相结合，将艺术构想设计贯穿于每个项目的始终，强调了创新思维在美工中的地位和作用。

3. 突出灵活运用美工技术技巧为表现专业应用主题服务根据不同专业的特点设立有针对性的项目任务对学生在专业应用方面的设计能力进行培养。

4. 项目工作引领情境学习。以具有挑战性并促使工作能力提高的项目工作任务为导向，教师共同精心创设学习情境，结合岗位工作的实际问题进行有针对性的教学，学习与工作合为一体，学习情境要超越当前的和特定工作任务，注重学生的学习角色，在完成项目任务的过程中，实现理论、实践一体化学习和相关的多学科知识一体化学习。

六、课程内容与教学要求

项目名称	子项目或学习任务	教学目标	教学重、难点	课程思政元素	考核点	教学方法和建议	参考学时
网店美工和基本技能	网店美工的工作范畴与设计要求、网店美工常用的图像制作与处理软件、网店美工与店铺装修风格	1. 熟知网店美工的技能要求和了解常用美工软件 2. 了解网店美工中需要注意的问题 3. 掌握电商视觉设计黄金构图法 4. 掌握适合自己网店美工风格的确定方法 5. 理解网店美工的概念。 6. 介绍软件时，引出软件使用的是美国 Adobe 公司开发的，引导学生了解并思考我国当前的不足，学习国外软件的优点，鼓励学生在平时多思考。	重点： 掌握适合自己网店美工风格的确定方法。 难点： 掌握适合自己网店美工风格的确定方法	富强民主	认识网店美工风格	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
网店配色与图片素材收集	了解店铺装修必备的色彩知识、店铺色彩搭配技巧、挑选合适店铺的色彩搭配、图片素材规划与收集	1. 熟悉并掌握店铺色彩搭配技巧方法 2. 了解网店美工色彩心理应用 3. 掌握店铺掌握网店图片素材收集技巧 4. 欣赏优秀网店装修作品，培养学生能够自觉遵守设计职业道德	重点： 独立设计制作出符合店铺风格的店铺颜色搭配 难点： 掌握色彩基础知识原理	有道德有理想	店铺风格的店铺颜色搭配，色彩基础知识原理	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6

网店商品图片美化	Photoshop 图像处理软件、网店图片污点处理、网店图片裁剪、抠图、商品图调色处理	1. 能利用 Photoshop CS6 图像处理软件进行基本的图片处理 2. 能利用 Photoshop CS6 图像处理软件进行图片的美化。 3. 制作抗疫宣传海报，培养学生爱国主义精神，鼓励学生勇于担当的精神，并愿意为社会贡献自己的力量	重点： 掌握 Photoshop CS6 图像处理软件各工具的基本操作以及快捷键；掌握网店图片裁剪、污点处理、抠图、以及调色的基本操作 难点： 掌握抠图的基本操作	爱国爱党	抠图的基本操作	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
店铺 LOGO 与店招视觉设计	店铺 LOGO 视觉设计、店铺导航栏视觉设计	1. 熟悉并掌握店铺 LOGO 的含义、常见类型、设计策略及设计步骤 2. 了解导航栏的参数设置以及设计步骤 3. 掌握店招的设计要点及具体步骤。 4. 培养学生能够自觉遵守设计职业道德，在设计 LOGO 时要真实，图文信息有效，不得抄袭他人作品。	重点： 独立设计制作出符合店铺风格的店铺 LOGO、导航栏及店招 难点： 根据需要对店铺进行装修	诚信法治	对店铺的 logo、导航、店招进行装修	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
店铺首页视觉设计	店铺首页布局、店铺首页海报的视觉设计、收藏区及客服区的视觉设计	1. 熟悉并掌握店铺首页各个模块的设计要点及主要内容 2. 了解店铺首页的页面结构及常见布局 3. 掌握店铺首页的设计制作流程。 4. 培养学生关注和兴趣的基础上，完成社会主义核心价值观的认同教育	重点： 独立设计制作钻石展位图，能根据需要设计制作直通车图及聚划算主图 难点： 设计要点及制作流程的掌握	民族自豪感自信心	店铺首页布局的掌握	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6

推广图 片视觉 设计	聚划算图的视觉设计、 钻石展位图的视觉设计、钻石展位图的视觉设计	1. 掌握直通车图的设计要点 2. 掌握聚划算主图的设计要点 3. 掌握钻石展位图的设计制作流程 4. 让学生认同新时代中国特色社会主义的理论、制度和价值，理解社会主义核心价值观	重点： 独立设计制作钻石展位图，根据需要设计制作直通车图及聚划算主图。 难点： 设计要点及制作流程的掌握	社会责任感	推广图片的设计	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
详情页 视觉设计	详情页设计、详情页模块设计、优化产品详情及其他设计、	1. 熟悉商品详情页常用尺寸，商品详情页的基本元素 2. 掌握详情页的参数设置以及设计步骤 3. 了解产品详情页制作的规律性问题 4. 在上课的时候了解国情社情，维护国家利益，具有社会进步的责任感	重点： 独立设计产品展示图、产品尺寸图、产品细节图的制作。 难点： 设计要点及制作流程的掌握	有责任	详情页视觉设计的掌握	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
无线端 店铺视觉设计	无线端店铺视觉设计、无线端店铺的设计	1、熟知网店美工的技能要求 2、了解什么是无线端店铺 3、掌握无线端店铺的装修风格 4、无线端店铺商品首页及详情页设计技巧； 5. 掌握无线端店铺的特征 6. 掌握无线端店铺的导购思路 7. 掌握无线端店铺模板的参数设置 8. 让同学们遵守广告法，不能设计广告法	重点： 无线端店铺装修思路 难点： 无线端店铺模板参数介绍	遵纪守法	无线端店铺视觉设计的掌握	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	10

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

1. 要求教师具有本科学历，其所在专业为电子商务等相关专业。
2. 教师具有 1+X 网店运营推广初级证书
3. 学校的相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方面提供更多的机会，保证他们有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运存，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务普通专用机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

1. 教师方面：

教学要遵循“任务驱动”教学原则，采用理实一体化授课方式。

（1）教学方面：教师应该做好任务设计、任务的解释说明、任务进程的监控、还应有过程考核和任务考核评价。同时考虑到学生的实际情况，除了任务的解释说明中，还应该有如案例引入、理论解释和操作示范。

（2）理论解释,将基础理论知识融入到案例中进行案例分析。

（3）操作示范,根据电子商务技术理论，进行相关技能的操作演示。

2. 学生学习方面：

主要是由学生分组进行一一个任务，注重课内实践和知识内化。

（1）课内实践，以小组为单位(5-6 人为一小组)，结合课堂所学习的知识和方法，合理分工完成一个个任务。

（2）知识内化，要求学生在实践过程中随时讨论总结，并在在任务结[后以小组汇报的形式将小组的合作情况、体会、知识运用、技能操作等向指导老师汇报。

（四）课程考核与评价方法

1. 考核项目：包括平时考核和终结考核

（1）平时考核：包括常规考核（出勤、上课纪律、回答问题等）、团队作业。

（2）期末考试：综合考核

2. 评价标准

成绩构成	权重（%）
平时成绩	10
课堂作业、提问	10
团队活动	20
期末综合考核	60
合计	100

（五）教材及参考书选用

当前使用的教材，闫寒主编，《网店美工与视觉设计》人民邮电出版社。

参考书选用：《网店美工与视觉设计》闫寒(主编)；《网店美工案例教程（全彩微课版）》赵爱香（主编）；《网店美工实战教程（全彩微课版）》蔡雪梅 黄彩娥 何明勇主编；《淘宝天猫网店美工实战教程（微课版）》王昂，胡敏(主编)

（六）课程资源建设要求

1. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

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

3. 产学合作开发实验实训课程资源，与企业进行产学合作，建立实习实训基地，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

4. 建立校内实训基地，使之具备现场教学、实验实训的功能，以提供让学生理论与实践相结合的契机。

《电子商务网页设计与制作》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	电子商务网页设计与制作		开课系部	财经与商贸系
课程代码	jgbx0122		考核方式	考试
前导课程				
后续课程				
总学时	72	课程类型(方框内打√)	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单(含校外专家)

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	黄小艳	广西现代职业技术学院	教员
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员
3	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员
4	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员

二、课程性质

《电子商务网页设计与制作》课程既是电子商务专业的一门专业核心课程,也是其他同类专业的专业必修课程。网页设计与制作课程是电子商务专业商务网站维护方向的一门专业技能课程。旨在于培养学生从事网页设计与制作的基本职业能力,为下一步网站建设的学习打好基础,是学生达到网页设计制作人员的基本职业能力要求。

三、课程目标

（一）知识目标

1. 了解各类网页开发工具及网站的基本概念
2. 掌握网页设计的基本方法
3. 掌握 HTML 语言的使用
4. 掌握 JavaScript 脚本语言的使用
5. 掌握 PhotoShop、Fireworks 等素材加工工具的使用
6. 熟练掌握利用 Dreamweaver 制作网页的技术
7. 掌握网站的发布与管理的基本技巧

（二）能力目标

1. 能够熟练制作简单网页
2. 能够创建本地站点并能在网页中设置各种超链接
3. 能够对网页进行具有创意的美化
4. 能够制作有创意的网页动画
5. 能够掌握网页设计与制作的相关技巧
6. 能够根据校企合作项目制作网页

（三）素质目标

1. 课程思政

（1）融入国家特色、文化制作、热点时事、传播正面的新闻、科学的指引等积极正面的内容；

（2）在课堂练习中潜移默化中引导学生的思想，形成正确的人生观、价值观和生命观

2. 方法能力

- （1）培养学生搜集信息、整理信息以及团队协作精神
- （2）锻炼学生沟通交流、自我学习的能力
- （3）培养学生的抽象思维能力和形象思维能力

(4) 开拓学生的设计思路,培养学生视觉美学法

3. 社会能力目标

(1) 能与他人共享学习资源

(2) 应具有合作能力和协调能力,能与小组成员和教师就学习中的问题进行交和流沟通,能够与他人共同解决问题,共同进步

四、课程学分与时数分配

课程名称	电子商务网页设计与制作	总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	构建电子商务网站	电子商务网站设计准则、电子商务网站、电子商务网站设计准则、电子商务网站结构设计、网站的物理结构、网站的逻辑结构、网站的构成、网页的空间结构、网页的布局结构、使用 Dreamweaver 创建站点、初识 Dreamweaver、创建站点的准备、创建与设置站点			6
2	用 Photoshop 制作网页版面	Photoshop 基本操作、认识 Photoshop 工作界面、图像文件的基本操作、利用工具编辑商品图片编辑、使用 Photoshop 制作文字特效、添加文字、浮雕文字特效、金属文字特效、磨砂涂鸦文字特效、晶莹剔透文字特效、使用 Photoshop 制作图像特效、调整图像大小、调整图像色彩与色调、应用滤镜特效、电子商务网站首页设计、页面头部的制作、页面左侧的制作、页面中间及右侧的制作、页面底部的制作、促销活动页设计			6
3	用 Flash 制作网页广告动画	认识 Flash 工作界面、菜单栏、基本功能区、舞台、“时间轴”面板、“属性”面板、工具栏、Flash 工具的应用、文本工、绘图工具、填充工具、使用 Flash 制作导航菜单、认识导航菜单、导航菜单设计、使用 Flash 制作横幅广告、认识横幅广告、横幅广告设计			6

4	使用 Dreamweaver 添加网页元素	认识 Dreamweaver CS6 工作界面、菜单栏、工具栏、文档窗口、“属性”面板、面板组、添加网页基本元素——文本和图像、添加文本、添加图像、添加网页基本元素——列表、添加无序列表、添加有序列表、添加自定义列表、添加网页基本元素——表格、添加网页基本元素——超链接、认识路径、添加文档链接、添加锚记链接、添加空链接	6
5	使用 CSS 样式美化网页	认识 CSS 样式表、了解 CSS 的基本语法、在网页中引用 CSS 的方式、在 Dreamweaver 中创建 CSS、创建 CSS 规则、创建 CSS 文件、应用 CSS 选择器、应用元素选择器、应用群组选择器、应用类选择器、应用 ID 选择器、应用后代选择器、应用通配符选择器、CSS 继承性、特殊性、层叠性和重要性、继承性、特殊性、层叠性、重要性、使用 CSS 格式化排版、文字排版、段落排版、CSS 背景、列表排版、表格排版、链接样式	10
6	使用 DIV+CSS 布局网页	使用 CSS 盒子模型、认识 CSS 盒子模型、CSS 盒子模型的边框、内边距和外边距、标准流和 div 标记、标准流、div 标记、盒子在标准流中的定位、盒子的浮动和定位、盒子浮动、清除浮动影响和盒子定位、使用 CSS 布局电子商务网站首页、使用 CSS 布局电子商务网站首页、对网页头部布局、对网页主体布局、对网页底部布局、组合首页布局	14
7	使用行为和表单	使用行为、认识行为和事件、“行为”面板、使用表单、了解表单、创建表单、设置表单属性、“新用户注册”表单设计、插入文本字段、插入复选框、插入单选按钮、插入文件域、插入列表和菜单、插入按钮、使用行为验证用户注册、检查表单、设置密码仅为数字、检查邮箱格式	14
8	制作网页特效	认识 JavaScript 脚本语言、JavaScript 简介、JavaScript 的基本结构、使用 JavaScript 向页面输出信息、使用 alert 语句、使用 document.write() 语句、使用 JavaScript 制作网页特效、文字滚动特效、日期特效、广告特效、下拉菜单特效、使用 JavaScript 验证表单、非空验证、验证密码长度和一致性、邮	10

		箱地址验证、JavaScript 网页特效实例、下载焦点图代码、添加焦点图代码	
9	动态网站与 CMS 系统应用	认识动态网站、动态网页、动态网站技术、认识 CMS 系统、选择 CMS 系统、国内优秀的电子商务类 CMS 系统、搭建 CMS 系统环境、安装 phpStudy 服务器环境、安装 WSTMart 系统、WSTMart 系统管理、菜单权限、前台菜单、角色管理、登录日志、图片空间、WSTMart 系统基础设置、商城配置、导航管理	10
10	网站的发布测试与优化	域名、域名的注册、空间的选择、申请空间、测试与发布网站、网站的测试、网站的发布、电子商务网站的优化与推广、网站优化、网站诊断、网站推广	10

五、课程设计思路

本学习领域根据网页设计与制作岗位从业人员所必须具备的综合能力要求，以综合职业能力培养为目标，以工作过程系统化理念为指导，以教学做一体化为典型特征，与行业企业合作共同开发与设计。

本课程的设计链路是：社会需求分析→确定专业→职业分析→典型工作任务→学习领域→学习情境→教学场景设计→教学组织→效果测试。

在进行课程开发之初，经过与本地区电子商务行业企业网页设计工程师、网站编辑多次探讨，针对地区市场需求，以学生为本，以企业提供的真实、典型工作项目为载体设计学习情境，校企合作开发课程，以培养电子商务网页设计与制作能力为核心，设计 10 个典型工作项目。学生在 10 工作项目的学习当中，逐步完成由易至难、渐进复杂的典型工作项目，不仅强化了电子商务网页设计的专业能力，而且学生的团队合作、沟通等社会能力得到不断增强，获取信息、分析问题、解决问题的能力能力得以提升。根据“电子商务专业人才培养方案”和职业岗位工作任务分析，确定《电子商务网页设计》学习领域。

六、课程内容与教学要求

项目名称	子项目 或学习任务	教学目标	教学重、难点	考核点	课程思政元素	教学方法和建议	参考学时
构建电子商务网站	1. 电子商务网站设计准则 2. 电子商务网站 3. 电子商务网站设计准则 4. 电子商务网站结构设计 5. 网站的物理结构 6. 网站的逻辑结构 7. 网站的构成 8. 网页的空间结构 9. 页的布局结构 10. 使用 Dreamweaver 创建站点 11. 初识 Dreamweaver 12. 创建站点的准备 13. 创建与设置站点	知识目标: 1. 了解电子商务网站的定义 2. 掌握电子商务网站的设计准则 3. 掌握电子商务网站的结构 4. 掌握在 Dreamweaver CS6 中创建站点的方法 技能目标: 1. 根据网站的设计准则设计电子商务网站结构。 2. 使用 Dreamweaver 创建站点。 思政目标: 1. 培养学生的网络思想, 树立正确的人生观、价值观, 激发学生学习的原动力。	教学重点: 1. 了解电子商务网站的定义, 熟悉网页的构成元素。 2. 掌握电子商务网站的设计准则。 3. 熟悉并掌握常见的电子商务网站的结构。 4. 掌握在 DW 中创建站点的方法。 教学难点: 1. 根据网站的设计准则设计电子商务网站结构。 2. 使用 Dreamweaver 创建站点。	网站的定义、网页的构成、网站的设计准则、电子商务网站的结构、Dreamweaver CS6 中创建站点的方法	富有创新创业精神	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6

使用 Photoshop 制作网页版面	1、Photoshop 基本操作 2、认识 Photoshop 工作界面 3、图像文件的基本操作 4、利用工具编辑商品图片编辑 5、使用 Photoshop 制作文字特效添加文字、浮雕文字、金属文字、磨砂涂鸦文字、晶莹剔透文字特效， 6、使用 Photoshop 制作图像特效调整图像大小调整图像色彩与色调应用滤镜特效 7、电子商务网站首页设计 8、促销活动页设计	知识目标： 1. 认识 Photoshop 的工作界面。 2. 了解图像文件的基本操作。 3. 掌握基本的图像编辑工具。 技能目标： 1. 学会利用 Photoshop 制作文字特效和图像特效。 2. 能够利用 Photoshop 设计电子商务网站首页。 3. 能够利用 Photoshop 设计促销活动页。 思政目标： 1. 培养学生文明设计的能力，提高学生的设计能力，扩展人生视野和艺术情怀，正确设计网页版面。	教学重点： 1. 利用 Photoshop 制作文字特效。 2. 利用 Photoshop 制作图像特效。 教学难点： 1. 利用 Photoshop 设计电子商务网站首页。 2. 利用 Photoshop 设计促销活动页。	用 Photoshop 设计电子商务网站首页、促销活动页。	民主文明	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
---------------------	---	---	---	-------------------------------	------	-----------------------	---

使用 Flash 制作网 页广告 动画	1、认识 Flash 工作界面 2、菜单栏、基本功能区、舞台、“时间轴”面板、“属性”面板 3、工具栏 Flash 工具的应用、文本、绘图、填充工具 4、使用 Flash 制作导航菜单 5、使用 Flash 制作横幅广告	知识目标： 1. 掌握 Flash 菜单栏、常用工具、时间轴、“属性”面板等基本操作。 2. 掌握电子商务网站中导航菜单的分类及其设计方法。 3. 掌握 Flash 横幅广告的设计方法。 技能目标： 1. 能够利用 Flash 制作电子商务网站导航菜单。 2. 能够利用 Flash 制作电子商务网站横幅广告。 思政目标： 1. 提高学生们的审美和思想品味	教学重点： 1. Flash 工具的应用。 2. 利用 Flash 制作电子商务网站导航菜单。 3. 利用 Flash 制作电子商务网站横幅广告。 教学难点： 1. 利用 Flash 制作电子商务网站导航菜单。 2. 利用 Flash 制作电子商务网站横幅广告。	用Flash制作电子商务网站导航菜、横幅广告。	自信心	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
---------------------------------	--	---	---	-------------------------	-----	-----------------------	---

使用 Dreamweaver 添加网页元素	1. 认识 Dreamweaver CS6 工作界面、菜单栏、工具栏、文档窗口、“属性”面板、面板组 2. 添加网页基本元素——文本和图像、添加文本、添加图像 3. 添加网页基本元素——无序列表、有序列表、自定义列表添加 4. 网页基本元素——表格 5. 添加网页基本元素——超链接 6. 认识路径、添加文档链接、添加锚记链接、添加空链接	知识目标: 1. 了解什么是 Dreamweaver CS6。 2. 熟悉 Dreamweaver CS6 的工作界面，了解各部分的功能。 技能目标: 1. 掌握在 Dreamweaver 中添加文字和表格的方法。 2. 掌握在 Dreamweaver 中添加图像和 Flash 动画的方法。 3. 掌握在 Dreamweaver 中添加列表和超链接的方法。 思政目标: 1. 教育学生具有网络主权意识，加强网络安全意识，引导学生为我国将建设成为网络强国而努力奋斗，激发学生的爱国热情。	教学重点: 1. 掌握在 Dreamweaver 中添加文字和表格的方法。 2. 掌握在 Dreamweaver 中添加图像和 Flash 动画的方法。 3. 掌握在 Dreamweaver 中添加列表和超链接的方法。 教学难点: 1. 能够对网页中的文字进行编辑，在网页中插入图像并美化。 2. 能够将图片及 Flash 动画插入到网页中，并进行相应的编辑操作。	在网页中插入图像并美化、将图片及 Flash 动画插入到网页中，并进行相应的编辑操作。	爱国情怀	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
-----------------------	---	---	---	---	------	-----------------------	---

使用 CSS 样式美化网页	1、认识 CSS 样式表、了解 CSS 的基本语法、在网页中引用 CSS 的方式、在 Dreamweaver 中创建 CSS、创建 CSS 规则、创建 CSS 文件 2、应用 CSS 选择器、应用元素选择器、应用群组选择器、应用类选择器、应用 ID 选择器、应用后代选择器、应用通配符选择器 3、CSS 继承性、特殊性、层叠性和重要性、继承性、特殊性、层叠性、重要性 4、使用 CSS 格式化排版、文字排版、段落排版、CSS 背景、列表排版、表格排版、链接样式	知识目标: 1. 了解 CSS 样式表的基本语法。 2. 了解 CSS 样式表的引用方式。 技能目标: 1. 学会如何创建 CSS 样式表。 2. 掌握设置 CSS 样式表属性的方法。 3. 掌握管理层叠样式表的方法。 思政目标: 1、有效引导学生自觉树立正确的网页设计的价值观 2、掌握网页设计法律法规知识 3、提高网页设计职业道德素质，从全方位合力培养全面发展的高素质网页设计人才。	教学重点: 1. 学会如何创建 CSS 样式表。 2. 掌握设置 CSS 样式表属性的方法。 3. 掌握管理层叠样式表的方法。 教学难点: 1. 学会创建 CSS 样式，以及设置和编辑 CSS 样式。 2. 可以熟练地利用 CSS 样式来美化网页。	创建 CSS 样式，设置和编辑 CSS 样式。	有职业道德	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
---------------	--	---	---	-------------------------	-------	-----------------------	---

使用 DIV+CS S 布局 网页	1、使用 CSS 盒子模型、认识 CSS 盒子模型、CSS 盒子模型的边框、内边距和外边距 2、边距标准流和 div 标记、标准流、div 标记、盒子在标准流中的定位、盒子的浮动和定位、盒子浮动、清除浮动影响和盒子定位 3、使用 CSS 布局电子商务网站首页、使用 CSS 布局电子商务网站首页、对网页头部布局、对网页主体布局、对网页底部布局、组合首页布局	知识目标: 1. 了解 CSS 盒子模型。 2. 了解 CSS 盒子模型的边框、内边距和外边距。 3. 了解标准流、div 标记、盒子浮动、盒子定位的含义。 技能目标: 1. 能够运用 DIV+CSS 进行网页布局。 2. 掌握盒子在标准流中的定位。 思政目标: 1. 养成学生良好的代码设计职业道德，不乱使用别人设计好的页面	教学重点: 1. 了解标准流、div 标记、盒子浮动、盒子定位的含义。 2. 能够运用 DIV+CSS 进行网页布局。 3. 掌握盒子在标准流中的定位。 教学难点: 1. 了解标准流、div 标记、盒子浮动、盒子定位的含义。 2. 能够运用 DIV+CSS 进行网页布局。 3. 掌握盒子在标准流中的定位。	标准流、div 标记、盒子浮动、盒子定位的含义；用 DIV+CSS 进行网页布局。	诚信	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
----------------------------	---	---	---	---	----	-----------------------	---

使用行为和表单	1. 使用行为、认识行为和事件、“行为”面板、使用表单 2. 创建表单、设置表单属性、“新用户注册”表单设计 3. 插入文本字段 4. 插入复选框 5. 插入单选按钮 6. 插入文件域 7. 插入列表和菜单 8. 插入按钮 9. 使用行为验证用户注册、检查表单、设置密码仅为数字、检查邮箱格式	知识目标： 1. 知道什么是行为、事件。 2. 理解“行为”面板的功能和操作。 3. 了解创建行为和表单的方法。 技能目标： 1. 能够创建所需类型的表单。 2. 学会给表单添加对象。 3. 可以修改表单对象的属性。 4. 灵活掌握不同行为特效的属性。 思政目标： 1. 培养学生良好的网页设计素养，正确使用工具写代码	教学重点： 1. 能够创建所需类型的表单。 2. 学会给表单添加对象。 3. 可以修改表单对象的属性。 4. 灵活掌握不同行为特效的属性。 教学难点： 1. 能够创建所需类型的表单。 2. 学会给表单添加对象。 3. 可以修改表单对象的属性。 4. 灵活掌握不同行为特效的属性。	表单添加对象；修改表单对象的属性；掌握不同行为特效的属性	工匠精神	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
---------	--	--	--	------------------------------	------	-----------------------	---

制作网页特效	1、认识 JavaScript 脚本语言 2、JavaScript 的基本结构 使用 JavaScript 向页面输出信息 3. 使用 alert 语句 4. 使用 document.write() 语句 5. 使用 JavaScript 制作网页特效、文字滚动、日期、广告、下拉菜单特效 6. 使用 JavaScript 验证表单、非空验证、验证密码长度和一致性、邮箱地址验证 7. JavaScript 网页特效实例、下载焦点图代码、添加焦点图代码	知识目标: 1. 了解 JavaScript 脚本的功能和一般格式。 2. 了解各种网页特效及其制作方法。 3. 了解 JavaScript 验证表单的几种情况。 技能目标: 1. 能够正确地在网页中添加 JavaScript 脚本来实现网页特效。 2. 能够使用 JavaScript 脚本对网页中的表单进行验证。 思政目标: 1. 培养学生进行合法文明的网页特效设计	教学重点: 1. 能够正确地在网页中添加 JavaScript 脚本来实现网页特效。 2. 能够使用 JavaScript 脚本对网页中的表单进行验证。 教学难点: 1. 能够正确地在网页中添加 JavaScript 脚本来实现网页特效。 2. 能够使用 JavaScript 脚本对网页中的表单进行验证。	在网页中添加 JavaScript 脚本；使用 JavaScript 脚本对网页中的表单进行验证。	文明和谐	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	10
--------	---	--	--	---	------	-----------------------	----

动态网站与CMS系统应用	1. 认识动态网站 2. 动态网页 3. 动态网站技术 4. 认识 CMS 系统 5. 选择 CMS 系统 6. 国内优秀电子商务系统 7. 搭建 CMS 系统环境	知识目标： 1. 了解动态网站的系统架构。 2. 认识 CMS 系统在网站开发中的作用。 3. 掌握 CMS 系统的搭建和设置方法。 技能目标： 1. 利用 CMS 系统搭建网站功能。 2. 利用模板设置 CMS 系统的网页效果。 思政目标： 1、培养社会主义核心价值观 2、培养正确的价值取向	教学重点： 1. 了解动态网站的系统架构。 2. 认识 CMS 系统在网站开发中的作用。 3. 利用 CMS 系统搭建网站功能。 4. 利用模板设置 CMS 系统的网页效果。 教学难点： 1. 利用 CMS 系统搭建网站功能。 2. 利用模板设置 CMS 系统的网页效果。	搭建网站功能； 设置 CMS 系统的网页效果	社 会 责 任 感	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	
--------------	--	---	---	---------------------------	--------------	-----------------------	--

网站的发布测试与优化	1. 域名的注册 2. 空间的选择 3. 申请空间 4. 测试与发布网站 5. 网站的测试 6. 网站的发布 7. 电子商务网站的优化 8. 网站优化 9. 网站诊断 10. 网站推广	知识目标： 1. 了解域名与空间的定义。 2. 熟悉域名的选取原则。 3. 掌握选择空间的方式。 技能目标： 1. 熟悉在网络中进行域名注册与空间申请的步骤。 2. 能够对注册的网站进行测试，并利用网站发布工具进行发布。 3. 能够对网站进行优化，并制定网站的推广方案。 思政目标： 1. 指引学生创作正能量的内容 2. 将设计好的网页正规发布、实名申请域名和注册空间	教学重点： 1. 熟悉在网络中进行域名注册与空间申请的步骤。 2. 能够对注册的网站进行测试，并利用网站发布工具进行发布。 3. 能够对网站进行优化，并制定网站的推广方案。 教学难点： 1. 熟悉在网络中进行域名注册与空间申请的步骤。 2. 能够对注册的网站进行测试，并利用网站发布工具进行发布。 3. 能够对网站进行优化，并制定网站的推广方案。	网站测试，利用网站发布工具进行发布；网站优化，制定网站的推广方案。	团队协作	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	
------------	---	---	--	-----------------------------------	------	-----------------------	--

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

1. 要求教师具有本科学历，其所在专业为电子商务等相关专业。
2. 教师具有 1+X 网店运营推广初级证书
3. 学校的相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方面提供更多的机会，保证他们有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运存，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务普通专用机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

1. 教师方面：

教学要遵循“任务驱动”教学原则，采用理实一体化授课方式。

（1）教学方面：教师应该做好任务设计、任务的解释说明、任务进程的监控、还应有过程考核和任务考核评价。同时考虑到学生的实际情况，除了任务的解释说明中，还应该有如案例引入、理论解释和操作示范。

（2）理论解释,将基础理论知识融入到案例中进行案例分析。

（3）操作示范,根据电子商务技术理论，进行相关技能的操作演示。

2. 学生学习方面：

主要是由学生分组进行一个任务，注重课内实践和知识内化。

（1）课内实践，以小组为单位(5-6人为一小组)，结合课堂所学习的知识和方法，合理分工完成一个个任务。

（2）知识内化，要求学生在实践过程中随时讨论总结，并在任务结束后以小组汇报的形式将小组的合作情况、体会、知识运用、技能操作等向指导老师汇报。

（四）课程考核与评价方法

1. 考核项目：包括平时考核和终结考核

（1）平时考核：包括常规考核（出勤、上课纪律、回答问题等）、团队作业。

（2）期末考试：综合考核

2. 评价标准

成绩构成	权重（%）
平时成绩	10
课堂作业、提问	10
团队活动	20
期末综合考核	60
合计	100

（五）教材及参考书选用

当前使用的教材，王萍主编，《网电子商务网页设计与制作(微课版)》人民邮电出版社。

参考书选用：《电子商务网页设计与制作（慕课版）》方丹(主编)；《电子商务网站建设与网页设计（微课版）》邓凯，唐勇，秦云霞，李蓉（主编）；《电子商务网站界面设计》丁荣涛主编；《电子商务网站建设与实践（第4版）》梁露，钟小平(主编)

（六）课程资源建设要求

1. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

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

3. 产学合作开发实验实训课程资源，与企业进行产学合作，建立实习实训基地，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

4. 建立校内实训基地，使之具备现场教学、实验实训的功能，以提供让学生理论与实践相结合的契机。

《商务数据分析与应用》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	商务数据分析与应用		开课系部	财经与商贸系
课程代码			考核方式	考试
前导课程				
后续课程				
总学时	72	课程类型(方框内打√)	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单(含校外专家)

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	黄小艳	广西现代职业技术学院	教员
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员
3	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员
4	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员

二、课程性质

《商务营运数据分析》是商务数据分析与应用专业的一门专业核心课程。本课程的任务是要培养学生具备互联网环境下的商务营运数据分析与应用能力。通过本课程的学习,学生能掌握商务营运数据分析的基本方法和流程,达到利用第三方交易平台提供的数据展开流量分析、转化率分析、客单价分析、商品分析、客户分析、市场行情分析、竞争对手分析等,为今后从事商务类数据分析岗位的工作奠定基础。

三、课程目标

（一）知识目标

- （1）掌握数据分析的常用方法、基本流程及分析工具；
- （2）掌握商务营运数据分析的主要指标体系；
- （3）掌握处理数据的常用 EXCEL 操作；
- （4）掌握数据分析报告的主要内容。

（二）能力目标

- （1）能够根据分析目标的定位构建指标体系；
- （2）能运用数据分析工具获取运营数据，并利用工具对数据进行拆分、删除、标准化、归一化等操作；
- （3）能够分析各种推广方式、推广渠道对不同人群的推广效果；
- （4）能运用数据分析工具开展流量分析、转化率分析、客单价分析、销售绩效分析、转化率分析、客户分析等；
- （5）能利用 WORD 撰写数据分析报告等，书面表达能力强，利用企业级数据可视化工具，设计出实用的可视化方案，呈现各种形式的数据图表；
- （6）能通过关联数据分析进行初步诊断，发现可能存在的问题并提出适当建议。

（三）素质目标

1. 课程思政

- （1）融入国家特色、文化制作、热点时事、传播正面的新闻、科学的指引等积极正面的内容；
- （2）在课堂练习中潜移默化中引导学生的思想，形成正确的人生观、价值观和生命观

2. 方法能力

- （1）培养社会（人际）交往能力、沟通能力、计划执行能力、自主学习能力；

(2) 通过数据收集与分析,培养学生搜集信息、整理信息、发现问题和解决问题的能力;

(3) 具备较强的竞争意识,培养创新思维能力;

(4) 养成良好的数据记录、数据统计及定期收集重要运营数据的习惯;

3. 社会能力目标

(1) 敏锐的观察力,善于观察环境中细微的变化,善于把握机会,较强的自我学习能力。

(2) 具有环境适应能力,具有耐心细致的工作态度,具有精益求精的工匠精神;

(3) 具有终生学习的意识和能力;

(4) 具备互联网思维能力。

四、课程学分与时数分配

课程名称	商务营运数据分析	总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	第1章 商务数据分析与应用概述	一、商务数据的涵义 二、商务数据的来源与采集 三、商务数据分析方法			6
2	第2章 商务数据分析工具及应用	一、Excel 在商务数据分析中的应用 二、Power BI 在商务数据分析中的应用 三、爬虫软件在商务数据分析中的应用			6
3	第3章 商务数据可视化	一、商务数据可视化概述 二、商务数据可视化的种类			6
4	第4章 消费者行为分析——用户画像	一、用户画像概述 二、基于大数据的用户画像			6
5	第5章 市场行情数据分析	一、产品类目数据分析 二、品牌数据分析 三、竞争店铺数据分析 四、竞品数据分析 五、关键词数据分析			16

6	第6章 店铺运营数据分析	一、店铺实时数据分析 二、店铺交易结构数据分析 三、店铺售后服务数据分析 四、店铺物流服务数据分析 五、店铺视觉设计数据分析	14
7	第7章 营销推广数据分析	一、直通车数据分析 二、智钻数据分析 三、淘宝客数据分析	18

五、课程设计思路

通过本课程的学习，学生能了解掌握商务营运数据分析的基本知识、工具、方法，培养学生具备互联网环境下的商务营运数据分析与应用能力，并以提升销售额、转化率、推广效果、客户满意度为目的开展运营数据的搜集与分析。课程设置依据商务营运数据分析专员岗位的典型职业活动而设置的，主要工作任务是完成对流量数据、客户数据、商品数据、市场行情数据、竞争对手数据的分析。

本课程以商务营运数据分析专员基本岗位要求为指导，依据该岗位真实业务内容与流程选取课程内容、构建学习单元，将企业商务营运数据分析的基本方法、知识、工具与相关实际任务相结合，并通过电商企业或学生自身店铺真实运营数据作为主要的分析数据源，内容编排既符合循序渐进的认知规律，同时也体现了培养实际应用能力的宗旨。

六、课程内容与教学要求

项目名称	子项目或学习任务	教学目标	教学重、难点	考核点	课程思政元素	教学方法和建议	参考学时
项目一 数据分析认知	一、商务数据的涵义 二、商务数据的来源与采集 三、商务数据分析方法	知识目标： 1. 了解什么是商务数据。 2. 了解商务数据的来源。 3. 掌握商务数据的采集流程。 技能目标： 1. 掌握商务数据的采集方法。 2. 掌握商务数据的清洗方法。 3. 掌握商务数据的分析方法。 思政目标： 培养客观公正的求实数据采集理念。	教学重点： 1. 掌握商务数据的采集方法。 2. 掌握商务数据的清洗方法。 3. 掌握商务数据的分析方法。 教学难点： 1. 掌握商务数据的采集方法。 2. 掌握商务数据的清洗方法。 3. 掌握商务数据的分析方法。	1. 掌握商务数据的采集方法。 2. 掌握商务数据的清洗方法。 3. 掌握商务数据的分析方法。	求实	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6

第 2 章 商 务 数 据 分 析 工 具 及 应 用	一、Excel 在商务数据分析中的应用 二、Power BI 在商务数据分析中的应用 三、爬虫软件在商务数据分析中的应用	知识目标： 1. 掌握 Excel 的数据统计功能。 2. 掌握 Excel 的数据分析功能。 3. 掌握 Excel 的数据可视化功能。 4. 了解什么是数据透视表。 5. 认识 Power BI。 6. 了解常见的爬虫软件。 技能目标： 1. 掌握 Excel 在商务数据分析中的应用方法。 2. 掌握 Power BI 在商务数据分析中的应用方法。 3. 掌握爬虫软件在商务数据分析中的应用方法。 思政目标： 培养学生辩证看待问题，事物都具有两面性，应客观辩证的看待数据。	教学重点： 1. 掌握 Excel 在商务数据分析中的应用方法。 2. 掌握 Power BI 在商务数据分析中的应用方法。 3. 掌握爬虫软件在商务数据分析中的应用方法。 教学难点： 1. 掌握 Excel 在商务数据分析中的应用方法。 2. 掌握 Power BI 在商务数据分析中的应用方法。 3. 掌握爬虫软件在商务数据分析中的应用方法。	1. 掌握 Excel 在商务数据分析中的应用方法。 2. 掌握 Power BI 在商务数据分析中的应用方法。 3. 掌握爬虫软件在商务数据分析中的应用方法。	辩证	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
---	--	--	---	--	----	-----------------------	---

第 3 章 商务数据可视化	一、商务数据可视化概述 二、商务数据可视化的种类	知识目标： 1. 了解商务数据可视化的意义。 2. 了解商务数据可视化的种类。 技能目标： 1. 掌握商务数据可视化的步骤。 2. 掌握提升商务数据可视化视觉效果的方法。 思政目标： 1. 提高学生精益求精的意识	教学重点： 1. 掌握商务数据可视化的步骤。 2. 掌握提升商务数据可视化视觉效果的方法。 教学难点： 1. 掌握商务数据可视化的步骤。 2. 掌握提升商务数据可视化视觉效果的方法。	1. 掌握商务数据可视化的步骤。 2. 掌握提升商务数据可视化视觉效果的方法。	精益求精	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6
第 4 章 消费者行为分析——用户画像	一、用户画像概述 二、基于大数据的用户画像	知识目标： 1. 了解用户画像。 2. 了解构建用户画像的流程。 技能目标： 1. 掌握用户画像的方法。 2. 学会应用用户画像。 思政目标： 1. 教育学生具有论证的意识，在掌握技术技能的情况下对结论进行论证	教学重点： 1. 掌握用户画像的方法。 2. 学会应用用户画像。 教学难点： 1. 掌握用户画像的方法。 2. 学会应用用户画像。	1. 掌握用户画像的方法。 2. 学会应用用户画像。	论证	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	6

第 5 章 市场行 情数据 分析	一、产品类目数 据分析 二、品牌数据分 析 三、竞争店铺数 据分析 四、竞品数据分 析 五、关键词数据 分析	知识目标： 1. 了解产品类目的概念和数据的来源。 2. 了解品牌数据的来源。 3. 了解竞争店铺数据的来源。 4. 了解竞品数据的来源。 5. 了解关键词数据的来源。 技能目标： 1. 掌握产品类目数据的分析方法。 2. 掌握品牌数据的分析方法。 3. 掌握竞争店铺数据的分析方法。 4. 掌握竞品数据的分析方法。 5. 掌握关键词数据的分析方法。 思政目标： 培养学生实践出真知的论证意识	教学重点： 1. 掌握产品类目数据的分析方法。 2. 掌握品牌数据的分析方法。 3. 掌握竞争店铺数据的分析方法。 4. 掌握竞品数据的分析方法。 5. 掌握关键词数据的分析方法。 教学难点： 1. 掌握产品类目数据的分析方法。 2. 掌握品牌数据的分析方法。 3. 掌握竞争店铺数据的分析方法。 4. 掌握竞品数据的分析方法。 5. 掌握关键词数据的分析方法。	竞争店铺 数据的分 析方法	论证	案例教 学法、项 目教学 法、问题 导向、小 组研讨	16
第 6 章 店 铺 运 营 数 据 分析	一、店铺实时 数据分析 二、店铺交易 结构数据分析 三、店铺售后 服务数据分析 四、店铺物流 服务数据分析 五、店铺视觉 设计数据分析	知识目标： 1. 了解店铺运营数据分析的分类。 2. 了解店铺运营各数据的分析指标。 技能目标： 1. 掌握店铺实时数据的分析方法。 2. 掌握店铺交易结构数据的分析方法。 3. 掌握店铺售后服务数据的分析方法。 4. 掌握店铺物流服务数据的分析方法。 5. 掌握店铺视觉设计数据的分析方法。 思政目标： 爱岗敬业的职业道德	教学重点： 1. 掌握店铺实时数据的分析方法。 2. 掌握店铺交易结构数据的分析方法。 3. 掌握店铺售后服务数据的分析方法。 4. 掌握店铺物流服务数据的分析方法。 5. 掌握店铺视觉设计数据的分析方法。 教学难点： 1. 掌握店铺物流服务数据的分析方法。 2. 掌握店铺视觉设计数据的分析方法。	店铺交易 结构数据 的分析方 法	爱岗	案例教 学法、项 目教学 法、问题 导向、小 组研讨	14

第 7 章 营 销 推 广 数 据 分 析	一、直通车数据分析 二、智钻数据分析 三、淘宝客数据分析	知识目标： 1. 了解电子商务运营中使用的主要推广工具。 2. 掌握电子商务运营中主要推广工具的原理。 技能目标： 1. 掌握如何通过直通车推广的数据分析指导店铺的运营方向。 2. 掌握如何通过智钻推广工具的数据分析得到最佳的推广效果。 3. 掌握如何通过淘宝客推广的数据分析让店铺销量提升。 思政目标： 培养学生良性竞争商业思维	教学重点： 1. 掌握如何通过直通车推广的数据分析指导店铺的运营方向。 2. 掌握如何通过智钻推广工具的数据分析得到最佳的推广效果。 3. 掌握如何通过淘宝客推广的数据分析让店铺销量提升。 教学难点： 1. 掌握如何通过直通车推广的数据分析指导店铺的运营方向。 2. 掌握如何通过智钻推广工具的数据分析得到最佳的推广效果。 3. 掌握如何通过淘宝客推广的数据分析让店铺销量提升。	淘宝客推广的数据分析让店铺销量提升。	良 性 竞 争	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	18
--------------------------------	------------------------------------	--	--	--------------------	------------	-----------------------	----

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

1. 要求教师具有本科学历，其所在专业为电子商务等相关专业。
2. 教师具有 1+X 网店运营推广初级证书
3. 学校的相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方面提供更多的机会，保证他们有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运存，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务普通专用机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、

活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

1. 教师方面：

教学要遵循“任务驱动”教学原则，采用理实一体化授课方式。

（1）教学方面：教师应该做好任务设计、任务的解释说明、任务进程的监控、还应有过程考核和任务考核评价。同时考虑到学生的实际情况，除了任务的解释说明中，还应该有如下案例引入、理论解释和操作示范。

（2）理论解释,将基础理论知识融入到案例中进行案例分析。

（3）操作示范,根据电子商务技术理论，进行相关技能的操作演示。

2. 学生学习方面：

主要是由学生分组进行一个任务，注重课内实践和知识内化。

（1）课内实践，以小组为单位(5-6人为一小组)，结合课堂所学习的知识和方法，合理分工完成一个个任务。

（2）知识内化，要求学生在实践过程中随时讨论总结，并在在任务结束后以小组汇报的形式将小组的合作情况、体会、知识运用、技能操作等向指导老师汇报。

（四）课程考核与评价方法

1. 考核项目：包括平时考核和终结考核

（1）平时考核：包括常规考核（出勤、上课纪律、回答问题等）、团队作业。

（2）期末考试：综合考核

2. 评价标准

成绩构成	权重（%）
平时成绩	10
课堂作业、提问	10
团队活动	20
期末综合考核	60
合计	100

（五）教材及参考书选用

当前使用的教材，邵贵平主编，《电子商务数据分析与应用》人民邮电出版社。

参考书选用：《商务数据分析与应用》沈凤池(主编)；《Excel 商务数据分析与应用（慕课版）》夏榕，高伟籍，胡娟（主编）

（六）课程资源建设要求

1. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

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

3. 产学合作开发实验实训课程资源，与企业进行产学合作，建立实习实训基地，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

4. 建立校内实训基地，使之具备现场教学、实验实训的功能，以提供让学生理论与实践相结合的契机。

《网店运营基础》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	网店运营基础		开课系部	财经与商贸系
课程代码			考核方式	考试
前导课程	电子商务概论			
后续课程	网店推广			
总学时	72	课程类型(方框内打√)	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单(含校外专家)

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	黄小艳	广西现代职业技术学院	助教
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员
3	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员
4	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员

二、课程性质

《网店运营基础》课程既是电子商务专业的一门专业核心课程,也是其他同类专业的专业必修课程。网店运营基础是电子商务专业运营方向的一门专业技能课程。旨在于培养学生从事网店运营助理岗位的基本职业能力,为下一步网店运营推广的学习打好基础,是学生达到网店运营助理的基本职业能力要求。

三、课程目标

(一) 知识目标

1. 了解各类网店装修的基本概念
2. 掌握各类平台网络编辑的基本方法及表现形式
3. 掌握网店美工整体策划设计制作
4. 掌握商品上传与维护的基础知识
5. 掌握网店日常营销活动策划与设置知识
6. 熟练掌握日常订单管理基本知识
7. 掌握网站的发布与管理的基本技巧

（二）能力目标

1. 能够独立完成平台定位，产品定位的定位能力；
2. 能够创建本地特色产品网店；
3. 能够对网店进行具选品定价；
4. 能够完善店铺装修；
5. 能够掌握网店订单管理流程；
6. 能够根据校企合作项目需要制定网店运营方案；
7. 能够跟踪和学习网店运营的新知识和新技能。

（三）素质目标

1. 培养学生搜集信息、整理信息以及团队协作精神
2. 锻炼学生沟通交流、自我学习的能力
3. 培养学生的整理框架意识，大局意识
4. 开拓学生的方案思维，创新意识
5. 培养学生的法律意识

（四）思政目标

1. 弘扬正能量，树立社会主义核心价值观；
2. 指引正确人生观、价值观和生命观，助力先进网络文化发展

四、课程学分与时数分配

课程名称	网店运营基础	总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	模块一 网店开设	单元一 网店开设准备 单元二 网店申请与开通 单元三 电子商务法律法规			8
2	模块二 网店装修	单元一 首页设计与制作 单元二 详情页设计与制作 单元三 自定义页设计与制作			31
3	模块三 网店基础操作	单元一 商品上传与维护 单元二 营销活动设置 单元三 日常订单管理			28
4	模块四 网店客户服务	单元一 客服岗前准备 单元二 客户交易促成 单元三 客户问题处理 单元四 客户关系维护 单元五 客服岗位进阶			23
5	模块五 运营数据分析	单元一 常用的数据分析工具 单元二 客户评价分析 单元三 网店运营状况分析			6

五、课程设计思路

课程内容完全按照网店经营的操作流程进行安排,采用情境教学、理实一体的授课方法,通过笔试、操作、加面试的考试方法,全面考核学生实际经营网店的能力。

1. 遵循职业性。职业教育就是就业教育,高职教育是一种适应市场需求、培养高等技术应用人才的职业教育。所以高职市场营销专业的《网店运营基础》就应该达到直接为提高学生专业操作技能服务,并最终为学生就业服务的教学效果。因此,《网店运营基础》课程的设计突出职业性,着力营造职业氛围,逐渐提高学生网店管理意识,培养学生“网店运营经营能力”。

2. 坚持实践性。以就业为导向、以能力为本位的职业教育,必须突破传统的“教材导向”的书本型教学模式,建立适应时代需要“以就业导向”的技能型教学模式。“以就业导向”的技能型教学模式要求对商品学课程进行技能定位,即打破原有的书本教学体系,将商品学的静态知识点分拆为电子商务专业需要的动态技能点,融汇到教学过程中,提高专业知识与技能紧密结合的力度。

3. 奉行开放性。奉行“终身学习、校门打开”的教育观,实行“全员参与,共同评价”的开放式教学管理方式。在教学观念、教材内容、学习方式、作业练习、绩效评价和教师心态等方面,给师生提供更多选择的机会和更大创新的空间,努力打造《网店运营基础》精品课程资源,实现网络时代“3A”服务。

4. 注重能力性。在对高职高专的课程体系重构的基础上,打破原有的建立在学科体系基础上的以“终结性”考试为主的教学评价模式,建立以能力考核为中心、以过程考核为基础的考核评价体系,依托校企合作粽子产业基地为基础进行实训训练与考核。《网店运营基础》课程体系的考评,充分考虑企业和行业的评价,突出能力目标,引导“学训合一,两模双线”课程模式的全面实现。

六、课程内容与教学要求

项目 (任务) 名称	子项目 或学习任 务	教学目标	教学重、难点	考核 点	思政 元素	教学方 法和建 议	参 考学 时
模块 一 网 店开 设	网店开设 准备 网店申请 与开通 电子商务 法律法规	知识目标： 1. 了解电子商务的法律规范 2. 熟悉主流电商平台的优势及特点 3. 熟悉网店选品主要货源渠道 技能目标： 1. 掌握网店选款的方法 2. 掌握网店商品定价的原则 3. 掌握主流平台网店申请与开通的方法 4. 能完成店铺的注册及认证 5. 能对店铺的基本信息进行合理的设置 思政目标： 1. 培养学生的培养学生的法律意识，平台规则意识。	教学重点： 1. 网店平台选择 2. 网店选品分析 教学难点： 1. 《电子商务法》对电商行业的影响 2. 《电子商务法》对电商经营者的影响	能完 成店 铺的 注册 及认 证	守法	案例教 学法、项 目教学 法、问题 导向、小 组研讨	8

模块二 网店装修	首页设计与制作 详情页设计与制作 自定义页设计与制作	知识目标： 1. 了解网店装修设计包含内容 2. 了解网店装修设计包含内容 3. 了解不同平台详情页构成 4. 了解网店自定义页作用 5. 熟悉网店首页框架布局 6. 熟悉详情页文案设计 7. 熟悉网店自定义页分技能目标： 1 掌握网店 Logo 和 Banner 设计方法 2. 掌握详情页设计规范 3. 掌握详情页视觉营销设计 4. 能够根据详情页的设计要 5. 能够根据品牌特性，完成自定义宣传页的制作 6. 能根据商品特点，完成商品图片及详情描述的设计与制作 7. 能根据不同的运营目的，完成店铺首页 Banner 的设计 思政目标： 1. 培养学生的美学素养，提高从用户思维和视觉营销的能力。	教学重点： 1. Banner 设计与制作 2. 商品图片设计与制作 3. 商品自定义页设计与制作。 教学难点： 1. Banner 文案设计 2. 商品详情页文案设计及设计逻辑 3. 文自定义页文案设计注意事项	商品的首页、详情页以及自定义页进行布局设计	自信	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	31
----------	---	---	--	-----------------------	----	-----------------------	----

模块三 网店基础操作	商品上传与维护 营销活动设置 日常订单管理	知识目标： 1. 了解不同平台商品发布的流程 2. 了解商品上下架处理的原理 3. 了解不同电商平台的主流活动及店铺促销活动 4. 了解不同平台的主要物流方式 5. 熟悉商品发布的主要内容 6. 熟悉商品优化的方法 7. 熟悉不同平台活动报名的条件及流程 8. 熟悉不同平台的退换货政策 技能目标： 1. 掌握商品标题撰写及优化的技巧 2. 掌握商品类目优化的方法 3. 掌握店铺促销活动设置的技巧 4. 掌握退换货处理的流程及技巧 5. 能根据运营策略，完成营销活动的设置 6. 能够进行根据平台要求，完成日常订单发货、退货等操作 思政目标： 提升学生对网店平台的感性认知，激发学习的兴趣	教学重点： 1. 商品的发布 2. 平台促销活动设置 3. 退换货处理 2. 教学难点： 1. 商品标题及类目优化 2. 促销活动开展流程 3. 不同类型促销活动设置	商品上传与维护、营销活动设置以及日常订单管理过程	文明	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	28
------------	-----------------------------	---	---	--------------------------	----	-----------------------	----

模块四 网店客户服务	客服岗前准备 客户交易促成 客户问题处理 客户关系维护 客服岗位进阶	知识目标： 1. 了解客服常用的行为规范 2. 了解订单交易的流程 3. 了解客服岗位各阶段的职业规划 4. 熟悉智能客服机器人在客服工作中的应用 5. 熟悉客户信息收集与管理的方法 6. 熟悉订单催付的原则与方式 技能目标：7. 掌握商品推荐的技巧 8. 掌握售后交易纠纷处理的过程 9. 掌握流失客户挽回的方法 思政目标： 培养学生的服务意识，面对问题积极处理的乐观态度	教学重点： 1. 客服行为规范 2. 商品推荐的原则 25 3. 商品推荐的策略 4. 商品问题处理 教学难点： 1. 跨境平台物流问题处理 2. 促销活动开展流程 3. 不同类型促销活动设置 4. 跨境平台物流问题处理	客服问题回复	职业道德	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	23
---------------	--	--	--	--------	------	-----------------------	----

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

1. 要求教师具有本科学历，其所在专业为电子商务等相关专业。
2. 教师具有 1+X 网店运营推广初级证书
3. 学校的相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方面提供更多的机会，保证他们有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运存，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务专用证书考试机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置配备 1+x 网店运营推广模拟平台和相关教学软件，满足学生校内实训实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括 1+x 网店运营推广模拟平台和相关教学软件，电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

教学方法：讲授法、头脑风暴法、多媒体教学、角色扮演、情景剧、调查与访问

1. 在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以模块教学引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

2. 本课程教学的关键是案例讨论和校内外实训基地的现场教学，应选用典型的案例和任务为载体，在教学过程中师生互动、生生互动、生客互动，起到事半功倍的教学效果。

4. 在教学过程中，除已经普遍采用的多媒体教学手段以外，充分利用现代信息技术手段，利用视频教学，利用计算机辅助教学软件，提升学生的操作能力。并结合顶岗实训，实现课程理论与实践的零距离对接。

5. 教学过程中教师应积极引导提升专业素养，提高职业道德。

（四）课程考核与评价方法

1. 考核项目：包括平时考核和终结考核

（1）平时考核：包括常规考核（出勤、上课纪律、回答问题等）、团队作业。

（2）期末考试：综合考核

2. 评价标准

成绩构成	权重（%）
------	-------

平时成绩	10
课堂作业、提问	10
团队活动	20
期末综合考核	60
合计	100

（五）教材及参考书选用

当前使用的教材，北京鸿科经纬科技有限公司主编，《网店运营基础(微课版)》高等教育出版社。

参考书选用：《淘宝网运营与管理(微课版)》欧阳红巍，王晓亮(主编)；《网店运营与推广从入门到精通(微课版)》雷莉（主编）；《网店运营实务》宋俊骥（主编）

（六）课程资源建设要求

注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣和促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

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

3. 产学合作开发实验实训课程资源，与企业进行产学合作，建立实习实训基地，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

4. 建立校内实训基地，使之具备现场教学、实验实训的功能，以提供让学生理论与实践相结合的契机。

《网店推广》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	网店推广		开课系部	财经与商贸系
课程代码			考核方式	考试
前导课程	电子商务概论			
后续课程	网店推广			
总学时	72	课程类型(方框内打√)	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	电子商务			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	黄小艳	广西现代职业技术学院	助教
2	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员
3	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员
4	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员

二、课程性质

《网店推广》课程既是电子商务专业的一门专业核心课程，也是其他同类专业的专业必修课程。网店推广是电子商务专业推广方向的一门专业技能课程。旨在培养学生从事搜索引擎推广、信息流推广等岗位群的基本职业能力, 为下一步网店整体实战的学习打好基础，是学生达搜索引擎推广、信息流推广等岗位群的基本职业能力要求。

三、课程目标

（一）知识目标

1. 了解各类搜索引擎推广的基本概念
2. 掌握各类平台信息流推广的基本方法及步骤

3. 掌握网店推广规划方案思路
4. 掌握成关键词挖掘与分析的基础知识
5. 掌握商品标题制作的基本知识
6. 熟练掌握详情页优化的基本知识
7. 掌握搜索推广策略制定的基本技巧

（二）能力目标

1. 能够独立完成搜索推广账户搭建
2. 能够独立完成搜索推广账户优化
3. 能够独立完成信息流推广策略制定
4. 能够独立完成信息流推广账户搭建
5. 能够独立完成信息流推广账户优化
6. 具备网店推广能力

（三）素质目标

1. 培养学生搜集信息、整理信息以及团队协作精神
2. 锻炼学生沟通交流、自我学习的能力
3. 培养学生的整理框架意识，大局意识
4. 开拓学生的策略，创新意识
5. 培养学生的法律意识

（四）思政目标

1. 弘扬正能量，树立社会主义核心价值观；
2. 指引正确人生观、价值观和生命观，助力先进网络文化发展

四、课程学分与时数分配

课程名称	网店推广	总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	模块一 网店推广认知	单元一 网店推广新趋势 单元一 网店推广新趋势 单元三 网店推广新思维			3

2	模块二 SEO 优化	单元一 SEO 作用与原理 单元二 搜索排名影响因素 单元三 关键词挖掘与分析 单元四 标题制作与优化 单元五 详情页优化	35
3	模块三 SEM 推广	单元一 SEM 推广概述 单元二 信息流推广策略制定 单元三 信息流推广账户搭建 单元四 信息流推广账户优化	30

五、课程设计思路

课程内容完全按照网店经营的操作流程进行安排，采用情境教学、理实一体的授课方法，通过笔试、操作、加面试的考试方法，全面考核学生实际经营网店的能力。

1. 遵循职业性。职业教育就是就业教育，高职教育是一种适应市场需求、培养高等技术应用人才的职业教育。所以高职市场营销专业的《网店推广》就应该达到直接为提高学生专业操作技能服务，并最终为学生就业服务的教学效果。因此，《网店推广》课程的设计突出职业性，着力营造职业氛围，逐渐提高学生网店管理意识，培养学生“网店运营推广能力”。

2. 坚持实践性。以就业为导向、以能力为本位的职业教育，必须突破传统的“教材导向”的书本型教学模式，建立适应时代需要“以就业导向”的技能型教学模式。“以就业导向”的技能型教学模式要求对商品学课程进行技能定位，即打破原有的书本教学体系，将商品学的静态知识点分拆为电子商务专业需要的动态技能点，融汇到教学过程中，提高专业知识与技能紧密结合的力度。

3. 奉行开放性。奉行“终身学习、校门打开”的教育观，实行“全员参与，共同评价”的开放式教学管理方式。在教学观念、教材内容、学习方式、作业练习、绩效评价和教师心态等方面，给师生提供更多选择的机会和更大创新的空间，努力打造《网店推广》精品课程资源，实现网络时代“3A”服务。

4. 注重能力性。在对高职高专的课程体系重构的基础上，打破原有的建立在学科体系基础上的以“终结性”考试为主的教学评价模式，建立以能力考核为中

心、以过程考核为基础的考核评价体系，依托校企合作粽子产业基地为基础进行实训训练与考核。《网店推广》课程体系的考评，充分考虑企业和行业的评价，突出能力目标，引导“学训合一，两模双线”课程模式的全面实现。

六、课程内容与教学要求

项目 (任务) 名称	子项目 或学习任务	教学目标	教学重、难点	考核 点	思政 元素	教学方法 和建议	参考学 学时
模块一 网店推广 认知	网店推广 新趋势 网店推广新 技术 网店推广新 思维	知识技能目标： 能够了解网店推广新趋势 能够掌握网店推广新技术 能够熟悉网店推广新思维 思政目标： 培养学生的法律意识，平台规则意识。	教学重点： 网店推广的新技术 教学难点： 网店推广的新思维	网店 推广的 新技术	守 法	案例教 学法、项 目教学 法、问题 导向、小 组研讨	8
模块二 SEO 优化	SEO 作用与 原理 搜索排名影 响因素 关键词挖掘 与分析 标题制作与 优化 详情页优化	知识目标： 1. 能够了解 SEO 对网店推广的作用及搜索引擎排序机制 2. 能够掌握搜索排名影响因素 技能目标： 1. 能根据搜索引擎的工作原理和商品关键词常用挖掘策略，通过对商品和用户的分析，拆解关键词词根，完成商品关键词的挖掘工作 2. 能根据 SEO 规则，完成商品标题的优化 3. 能根据商品资料和受众特点，提炼商品的卖点，并将卖点转化成详情页创意 Banner 思政目标： 1. 让学生提前体验到了和真实工作环境相似的氛围，增强了学生对推广相关工作能力的自信心。	教学重点： 1. 关键词挖掘提炼 2. 标题组合与优化 教学难点： 1. 不同类型关键词之间的区别 2. 标题中关键词与产品的相关性 3. 标题中关键词的覆盖率 4. 如何提炼产品的卖点	SEO 优化	自 信	案例教 学法、项 目教学 法、问题 导向、小 组研讨	31

模块三 SEM推广	SEM推广概述 SEM推广策略制定 SEM推广账户搭建 SEM推广账户优化	知识目标： 能够掌握搜索广告的账户结构与商品形态 3. 能够学会 SEM 推广的投放原理与扣费机制 技能目标： 能根据任务背景，拆解任务目标，选择合适的推广计划类型，完成推广 资金分配，并制定合理的推广计划出价策略，推广地域、日期策略，并在实训 软件上完成 SEM 推广账户搭建 能根据平台反馈数据，优化推广计划、推广组中的资金分配、出价策略、 地域策略、日期策略等 能根据平台反馈数据，调整优化关键词的选词与出价、匹配类型 能根据平台提示，优化推广创意和定向人群，提高广告点击转化率 思政目标： 体会策略、技巧和数据的重要性，发 展学生的应用意识，体验成功的乐趣。	教学重点： 1. SEM 推广时间与地域定向技巧 2. SEM 推广关键词的选择和出价技巧 3. SEM 推广创意制作技巧 教学难点： 1. 关键词扣费的计算 2. 推广计划与推广组策略的制定 3. 关键词策略的制定 4. 创意策略的制定 5. 人群定向策略的制定 6. 时间地域策略的制定	SEM推广	规划	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	28
模块四 信息流推广	信息流推广概述 信息流推广策略制定 信息流推广账户搭建 信息流推广账户优化	知识目标： 1. 能够掌握信息流广告的特点与推广账户结构 2. 能够掌握信息流广告竞价机制 技能目标：1. 能够根据任务背景，精准分析广告受众，制定受众定向策略 2. 能够根制定相应的推广计划策略、推广组策略 3. 能够制定相应的推广创意和落地页策略 4. 能够熟练、准确地完成信息流推广账户的搭建 5. 能根据平台反馈数据，优化受众定向方式、广告预算、出价策略等，提 高广告推广效果 6. 能根据受众定向报表，优化受众人群，提高受众精准度 7. 能根据平台提示，优化推广创意，提高创意点击率、转化率 思政目标： 体会策略、技巧和数据的重要性， 发展学生的应用意识，体验成功的乐趣	教学重点： 1. 信息流推广时间地域定向技巧 2. 信息流推广人群定向技巧 3. 信息流推广资源位选择与出价 教学难点： 1. 信息流推广计费机制 2. 如何进行信息流推广时间地域定向 3. 如何进行信息流推广人群定向 4. 如何进行信息流推广资源位选择与出价	信息流推广	职业道德	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	23

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

1. 要求教师具有本科学历，其所在专业为电子商务等相关专业。
2. 教师具有 1+x 网店运营推广初级证书
3. 学校的相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方面提供更多的机会，保证他们有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运存，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务专用证书考试机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置配备 1+x 网店运营推广模拟平台和相关教学软件，满足学生校内实训实践教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括 1+x 网店运营推广模拟平台和相关教学软件，电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

教学方法：讲授法、头脑风暴法、多媒体教学、角色扮演、情景剧、调查与访问

- 1. 在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以模块教学引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。
- 2. 本课程教学的关键是案例讨论和校内外实训基地的现场教学，应选用典型的案例和任务为载体，在教学过程中师生互动、生生互动、生客互动，起到事半功倍的教学效果。
- 4. 在教学过程中，除已经普遍采用的多媒体教学手段以外，充分利用现代信息技术手段，利用视频教学，利用计算机辅助教学软件，提升学生的操作能力。并结合顶岗实训，实现课程理论与实践的零距离对接。
- 5. 教学过程中教师应积极引导提升学生专业素养，提高职业道德。

（四）课程考核与评价方法

1. 考核项目：包括平时考核和终结考核

- （1）平时考核：包括常规考核（出勤、上课纪律、回答问题等）、团队作业。
- （2）期末考试：综合考核

2. 评价标准

成绩构成	权重（%）
平时成绩	10

课堂作业、提问	10
团队活动	20
期末综合考核	60
合计	100

（五）教材及参考书选用

当前使用的教材，北京鸿科经纬科技有限公司主编，《网店推广》高等教育出版社。

参考书选用：《网店运营管理与营销推广》李军主编；《网店运营与推广从入门到精通（微课版）》雷莉（主编）；《网店运营实务》宋俊骥（主编）

（六）课程资源建设要求

1. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

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

3. 产学合作开发实验实训课程资源，与企业进行产学合作，建立实习实训基地，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

4. 建立校内实训基地，使之具备现场教学、实验实训的功能，以提供让学生理论与实践相结合的契机。

《短视频营销》课程标准

一、课程信息

表1 课程信息表

课程名称	短视频营销	开课系部	财经与商贸系
课程代码		考核方式	考试
前导课程	premiere 基础		

后续课程				
总学时	72	课程类型(方 框内打√)	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业				

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	吴巧婷	广西现代职业技术学院	教员
2	刘青淼	广西现代职业技术学院	教员
3	黄晓艳	广西现代职业技术学院	教员
4	韦佳佳	广西现代职业技术学院	教员

二、课程性质

《短视频营销》课程详细介绍了短视频的策划、制作与运营，为学生呈现完整的短视频从 0 到 1 的运营图谱，包括短视频的概念和分类、短视频平台、短视频的策划、剪辑、运营以及短视频大号的案例研究、短视频的变现等一系列内容，从而达到利用短视频实现有效营销效果的学习目的。

三、课程目标

（一）知识目标

1. 了解短视频的概念和分类
2. 了解不同的短视频平台
3. 了解短视频策划
4. 了解短视频制作
5. 了解短视频运营
6. 了解短视频大号的案例
7. 了解短视频变现

（二）能力目标

1. 能够掌握基本的短视频工具使用方法
2. 具备现有工具应用和新工具挖掘的能力
3. 能有效地开展短视频策划、制作与运营的能力
4. 具有新媒体采编的基本技能以及良好的口头与文字表达能力。

（三）素质目标

1. 具有迭代意识，关注短视频工具版本更新与操作优化的意识
2. 具有坚定的政治信仰、强烈的社会责任感、正义感和职业道德修养
3. 具有一定的创新意识和开拓精神，具备新媒体营销与管理的研究能力
4. 具有职业必须的人文关怀、职业敏感性、敬业精神
5. 具有实践精神

四、课程学分与时数分配

课程名称	短视频营销	总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	短视频风口：你能抓住的下一个流量机会	了解短视频定义、分类、和直播的异同； 了解优质短视频的 5 个元素 ；			2
2	你不得不了解的四个平台	了解四个短视频平台的发展； 了解四个短视频平台的特点与玩法；			2
3	短视频策划	了解用户画像的定义、优质内容的特质； 了解知识内容的深度垂直、如何做垂直领域 ； 了解知识内容的极致细分、知识内容的热点生态、知识内容的持续产出 ； 了解“双微一抖”矩阵的商业价值； 了解短视频从业能力的要求； 了解常见的 3 种团队配置； 掌握做用户画像的步骤和方法； 掌握做竞品分析的方法； 掌握建立爆款选题库的方法； 掌握准确切入选题的方法 ； 掌握拟定账号名的方法； 掌握识别一个好的 LOGO 的方法； 掌握拟定标题的方法； 掌握设置标签的方法； 掌握编写简介的方法 ； 掌握团队任务如何分工的方法； 掌握工作 SOP ；			14
4	短视频制作	了解拍摄器材的不同作用； 掌握运镜技巧、转场技巧； 掌握音乐选取方法； 掌握添加字幕的软件；			10

		掌握视频配音的软件； 掌握脚本的类型； 掌握编写脚本的方法； 掌握拍摄注意事项； 掌握视频剪辑的相关知识；	
5	短视频运营	了解短视频平台相关的行业数据、相关法规和平台规则； 了解短视频平台运营的相关技巧； 了解 MCN 机构 ； 了解流量原理； 掌握获取种子用户的方法； 掌握激活用户的方法；	4
6	短视频大号：你一定要研究的几个案例	了解数据分析的意义； 了解不同领域短视频的特点和代表； 了解短视频的价值影响； 掌握需要关注的关键指标；	4
7	短视频变现：从短视频到短视频经济	了解短视频的未来； 掌握评估短视频影响力的方法； 掌握短视频的三种变现模式。	2

五、课程设计思路

本课程详细介绍了短视频的策划、拍摄、制作与运营，为学生呈现完整的短视频从 0 到 1 的运营图谱，包括短视频的概念和分类、短视频平台、短视频的策划、剪辑、运营以及短视频大号的案例研究、短视频的变现等一系列内容，从而达到利用短视频实现有效营销效果的学习目的。

六、课程内容与教学要求

项目（任务）名称	子项目或学习任务	教学目标 (含课程思政目标)	教学重、难点	课程思政元素	考核点	教学方法和建议	参考学时
第一章 短视频风口：你能抓住的下一个流量机会	1. 短视频浪潮：从文字到图像 2. 优质短视频的五个元素	知识目标： 1. 了解信息传递方式的衍变； 2. 了解短视频的定义、分类、和直播的异同 3. 了解优质短视频的 5 个元素 能力目标： 1) 能够自行学习，特别强调收集资料，分析资料和总结的能力 2) 能够辨别短视频的优劣 思政目标： 1. 学会分享； 2. 学会包容；	教学重点： 能够辨别短视频的优劣 教学难点： 无	迭代意识	辨别短视频的优劣	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	2
第二章 短视频平台：你不得不了解的四个平台	1. 抖音 2. 快手 3. 西瓜视频 4. 淘宝卖家秀	知识目标： 1. 了解四个短视频平台的发展 2. 了解四个短视频平台的特点与玩法 能力目标： 能够自行学习，特别强调收集资料，分析资料和总结的能力 思政目标： 1. 学会分享；	教学重点： 四个短视频平台的特点与玩法 教学难点： 四个短视频平台的特点与玩法	分享	四个短视频平台的特点与玩法	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	2

		2. 提升学生学习的主动性					
第三章 短视频策划：如何定位精准的短视频领域	1. 如何精准定位短视频领域 2. 如何装修出“走红体质”的账号 3. 如何策划可持续的优质内容 4. 如何搭建高效的短视频团队	知识目标： 1. 了解用户画像的定义和意义是什么 2. 掌握做用户画像的步骤和方法 3. 掌握做竞品分析的方法 4. 掌握拟定标题、设置标签、编写简介的方法 5. 了解知识内容的极致细分、热点生态、持续产出 6. 了解“双微一抖”矩阵的商业价值 7. 了解短视频从业能力的要求 8. 了解常见的 3 种团队配置 9. 掌握团队任务如何分工的方法 10. 掌握工作 SOP 能力目标： 1. 能够自行学习，特别强调收集资料，分析资料和总结的能力 2. 能够进行短视频用户画像 3. 能够做竞品分析 4. 能够根据团队配置搭建自己的团队 5. 能够帮团队做任务分工 6. 能够将工作 SOP 思政目标： 1. 学会分享； 2. 提升学生学习的主动性； 3. 提升学生学习的耐心和细心； 4. 帮助学生树立正确的传播价值观	教学重点： 1、能够进行短视频用户画像、能够做竞品分析 2、拟定标题的方法、拟定标签的方法、编写简介的方法 3、建立爆款选题库 4、知识内容的持续产出 5、团队任务分工的方法、工作 SOP 教学难点： 1、能够做竞品分析 2、拟定标题的方法 3、准确切入选题 4、知识内容的热点生态	团结合作	能够进行短视频用户画像、能够做竞品分析；拟定标题、拟定标签、编写简介；团队任务分工及工作 SOP	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	14

第四章 短视频制作：从拍摄到剪辑	1、选择拍摄器材和道具 2、运镜技巧 3、转场技巧 4、选取音乐 5、添加字幕 6、为视频配音 7、编写脚本 8、拍摄技巧 9、剪辑视频	知识目标： 1. 了解拍摄器材的不同作用 2. 掌握运镜技巧 3. 掌握转场技巧 4. 掌握音乐选取方法 5. 掌握添加字幕的软件 6. 掌握视频配音的软件 7. 掌握脚本的类型 8. 掌握编写脚本的方法 9. 掌握拍摄注意事项 10. 掌握视频剪辑的相关知识 能力目标： 1. 能够自行学习，特别强调收集资料，分析资料和总结的能力 2. 能够熟练运镜 3. 能够熟练转场 4. 能够熟练选取音乐 5. 能够熟练添加字幕 6. 能够运用合适的软件配音 7. 能够编写脚本 8. 能够拍摄优质的视频 9. 能够熟练剪辑视频 思政目标： 1. 提升学生学习的主动性	教学重点： 1、运镜技巧 2、掌握转场技巧 3、添加字幕、视频配音 4、视频剪辑 教学难点： 1、运镜技巧 2、掌握转场技巧 3、视频配音 4、视频剪辑	勇于探索创新	视频拍摄运镜、转场、添加字幕、视频配音、视频剪辑	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	10
---------------------	--	---	---	--------	--------------------------	-----------------------	----

第 5 章 短视频运营：从 0 到 1 打造你的流量王国	1、平台运营 2、用户运营 3、数据运营	知识目标： 1. 了解短视频平台相关的行业数据 2. 了解短视频平台相关法规 and 平台规则 3. 了解短视频平台运营的相关技巧 4. 了解 MCN 机构 5. 了解流量原理 6. 了解数据分析的意义 7. 掌握需要关注的关键指标 8. 掌握获取种子用户的方法 9. 掌握激活用户的方法 能力目标： 1. 能够自行学习，特别强调收集资料，分析资料和总结的能力 4 2. 能够选择适合自己的平台 3. 能够运营好一个短视频账号 能够获取种子用户 4、能够激活用户 5、能够运用数据软件进行分析并指导运营 思政目标： 1. 学会分享； 2. 提升学生学习的主动性	教学重点： 1、平台运营技巧 2、获取种子用户、激活用户 3、运用数据软件进行分析并指导运营 教学难点： 1、平台运营技巧 2、获取种子用户、激活用户 3、运用数据软件进行分析并指导运营	工匠精神	平台运营、获取种子用户、激活用户、运用数据软件进行分析并指导运营	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	4
第 6 章 短视频大号：不同的领域分布价值	1、领域分布 2、价值影响 3、基本原	知识目标： 1. 了解不同领域短视频的特点和代表 2. 了解短视频的价值影响 3. 了解短视频的核心原则 能力目标：	教学重点： 了解短视频的核心原则 教学难点： 了解短视频的核	社会责任感	短视频的核心原则	案例教学法、项目教学法、问题导向	4

	则	1、能够自行学习，特别强调收集资料，分析资料和总结的能力 思政目标： 1. 学会分享； 2. 提升学生学习的主动性	心原则			向、小组研讨	
第 7 章 短视频变现：从短视频到短视频经济	1、如何评估短视频账户的影响力 2、短视频的三种变现模式 3、短视频的未来	知识目标： 1、了解短视频的未来 2. 掌握评估短视频影响力的方法 3. 掌握短视频的三种变现模式 能力目标： 1. 能够自行学习，特别强调收集资料，分析资料和总结的能力 2. 能够评估短视频账户的影响力 3. 能够了解短视频的核心原则 4. 能够都不断的不断发展中迭代自己 思政目标： 1. 学会分享； 2. 提升学生学习的主动性	教学重点： 短视频的三种变现模式 教学难点： 短视频的三种变现模式	创 新、 实践 意识	短视频的 三种变现 模式	案例教学法、项目教学法、问题导向、小组研讨	2

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

通过多元化教学，把所需掌握的知识点融入短视频创作实训项目，使学生能够更真实地体验和参与到项目的实战流程中。通过案例观摩+教师演示+学生演练，使学生能够更快地掌握短视频编辑与制作技能。通过启发引导的授课方式，培养学生的创新思维，促进学生对核心技能的掌握和短视频创作任务的实施。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地

（1）实训室配置

按照电子商务职业岗位能力的要求，建设以模拟电商沙盘系统、大数据中心运存，计算机操作，服务器运作等功能为重点的电子商务综合实训室；以商品分类拍摄、产品特征认知，常见商品陈列展示技巧、拍摄设计、图片设计为重点的视觉设计实训室；以民族地区农特产品为依托，集展示，孵化，线上推广宣传为一体的电商展厅实战训练营；以计算机为主要硬件配置，综合专业软件为依托的电子商务普通专用机房。

产业学院：以本地特色产品粽子为依托的产业基地，及生产、加工、包装、线上宣传销售为一体，为电子商务专业学生提供充分产品定位，产品设计，品牌设计研发，线上平台搭建，各大平台网店实训实践等资源支持及实训环境支持。

（2）实训室实训软件配备

电子商务专业校内实训室配置实训教学所需主要课程的实训教学软件，主要包括电子商务模拟沙盘实训软件、电子商务模拟推广实训软件、电子商务模拟装修实训软件，电子商务模拟客服实训软件等。

（3）实训室实训用具配备

电子商务专业实训室实训用具配备：电子商务模拟演练的沙盘及相关资料、电子商务工作所涉及到的各类办公用品，如展示台、灯光柜、橱窗、商品模型、服务器、投影机、计算机、白板、打印机等。

（4）实训室资料配备

电子商务专业实训室资料配备：实训教学大纲、教学计划、运行记录、作业、

活动照片和录像等。

2. 校外实训基地：

利用广西现代职业技术学院提供的平台，选择电子商务工作条件比较好、制度健全、管理比较规范的、有行业代表性的企业作为校外实训基地，组织学生进行校外实习（认知实习、顶岗实习、毕业实习等）。

（三）教学方法与教学策略

本课程采用讲授法、讨论法、视频演示法、实践练习法等教学方法，改变单纯的课堂教学模式，以学生为学习的中心，教师为学习的组织者和工作过程的引导者。

在实训阶段，可以结合粽子产业学院进行短视频创作任务，根据任务安排3~5名学生组成一个学习小组（短视频创作小组），分配不同的职责，进行协作式学习，共同完成创作任务。教师课前下达任务书，陈述性知识由学生自主学习获得，课堂教学组织以工作过程为引导，并最终形成创作成果。以班级为单位共同观摩评价，还可引入产业学院导师参与课程学习指导和成果评价。

（四）课程考核与评价方法

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	17次	40	优、良、中、及格、不及格
3		平时表现	出勤情况	10	2次未参加课程则无法获得学分

注：此表中内容为该课程的全部考核方式及其相关信息。

（五）教材及参考书选用

《短视频：策划、制作与运营》秋叶，郑昊，米鹿（主编），人民邮电出版社。

参考书选用：《短视频编辑与制作（视频指导版）》吴航行，李华（主编），人民邮电出版社。

（六）课程资源建设要求

1. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用,这些资源有利于创设形象生动的工作情景,激发学生的学习兴趣,促进学生对知识的理解和掌握。同时,建议加强课程资源的开发,建立多媒体课程资源的数据库,实现多媒体资源的共享。

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

3. 产学合作开发实验实训课程资源,与企业进行产学合作,建立实习实训基地,满足学生的实习实训,同时为学生的就业创造机会。

4. 建立校内实训基地,使之具备现场教学、实验实训的功能,以提供让学生理论与实践相结合的契机。

附件 5

人才培养方案专业建设指导委员会评审意见表

二级学院（盖章）：商学院

评审专业名称：电子商务

专业建设指导委员会名称					
成 员	姓名	职称/职务	工作单位	专业特长	签名
	黄小艳	专业带头人	广西现代职业技术学院	运营、新媒体、直播	
	吴巧婷	专任教师	广西现代职业技术学院	网店美工、电子商务 视觉设计	
	韦佳佳	专任教师	广西现代职业技术学院	商务数据分析	
	刘青淼	兼职教师	广西现代职业技术学院	电子商务文案写作、 网店客服	
评 审 意 见	该方案培养目标定位清晰，课程设置有效对接职业岗位能力和职业发展的需求，课程设置比例科学合理；该培养方案能将本专业最新发展动态和研究成果以及先进技术引入专业课程体系，并对标电子商务技能比赛，按照职业岗位或岗位群的知识能力和实践能力要求进行重组构建；该方案人才培养全过程体现了产教融合、校企合作，充分体现职业能力的核心性特征。 评审委员会主任（签名）： 年 月 日				
问 题 及 修 改 情 况	根据本专业最新发展动态以及基于专业基本情况再次对人才培养方案的课程上进行新的设置，如部分课程对本专业学生未来实现对接职业岗位能力和职业发展的需求不符，因此进行了合理的调整，尽可能的去让人才培养的课程设置达到精炼核心，以充分去对产教融合、校企合作进行融通，以电子商务的职业能力的核心，对职业岗位或岗位群的知识能力和实践能力要求进行合理安排。 专业负责人（签名）： 年 月 日				
系 部 意 见	主任（签名）： 年 月 日				

（此表不够可另附页）

附件 6

专业人才培养方案系部自查表

序号	审查项目	审查意见	备注
规范性 审核	毕业学分符合学校统一的学分规定	☒ 是, 总学分 <u>148.5</u> ☐ 否	
	课程(含实践课程)学时折合学分的计算准确; 各模块合计、总合计准确	☒ 是 ☐ 否	
	课程周学时与总学时的折算是否准确	☒ 是 ☐ 否	
	课程考核方式(考试/考查)明确, 每学期有 4-6 门集中考试科目	☒ 是, 集中考试科目 <u>23</u> ☐ 否	
	人才培养方案中的文字部分所列举的主要课程 与教学进程表中所列的课程名称是否一致	☒ 是 ☐ 否	
	课程名称是否规范	☒ 是 ☐ 否	
	课程必修、选修的规定明确	☒ 是 ☐ 否	
	每个模块的课程排序要求按开课学期的先后依 次排序, 一目了然	☒ 是 ☐ 否	
	各专业实践教学学分占总学分比重是否符合规 定要求	☒ 是, 占比 <u>64%</u> ☐ 否	
	专业课程(含专业主干课、专业选修课)的总变动 率是否超过 10%	☒ 是 ☐ 否	
合理性 审核	课程体系设置是否科学、合理, 是否与人才培养 目标相适应	☒ 是 ☐ 否	
	各模块学分结构、课程学分设置是否合理	☒ 是 ☐ 否	
	每学期学生应修学分是否合理, 学生各学期学习 负担是否相对均衡	☒ 是 ☐ 否	
	课程开课学期是否合理, 先修课程与后修课程的 关系是否得到了正确处理	☒ 是 ☐ 否	
进一步规范人才培养方案的其它意见(可在背面或另纸续写):			
检查人:		20 年 月 日	

附件 7

广西现代职业技术学院人才培养方案审核表

二级学院名称	商学院	专业名称	电子商务
教研室名称	电子商务教研室	适用年级	2022 级
制订小组成员	黄小艳、吴巧婷、韦佳佳		
执笔人	黄小艳		
二级学院专业建设指导委员会意见	签名： 年 月 日		
二级学院审核意见	签名（盖章）： 年 月 日		
学校专业建设委员会意见	签名： 年 月 日		
主管学校领导审批意见	签名： 年 月 日		
学校党委会议审核意见	签章 年 月 日		