

电子商务专业（3+2）人才培养方案

安徽科技贸易学校
安徽科技学院

2013 年 7 月

电子专业人才培养方案（3+2）

前 言

为加快现代职业教育体系建设，推进我校教学改革创新，更好服务企业、行业对电子商务专业技能人才的需求，使学校人才培养目标符合职业教育办学规律，人才培养规格符合中等职业教育要求，根据学校和安徽科技学院有关电子商务专业联合办学的精神，特制定符合我校特点的电子商务专业五年一贯制（3+2）人才培养方案。

《电子商务专业人才培养方案》的编制力求体现现代职业教育理念和企业、行业发展实际，坚持以学生为主体，以服务为宗旨，以就业为导向，以能力为本位，突出企业、行业职业道德教育和职业技能训练，全方位培养学生的综合素质、职业能力和就业创业能力。

《电子商务专业人才培养方案》依据学生综合职业能力发展确定培养目标，注重中、高职相衔接，是中等职业学校电子商务专业建设、教学以及评估的指导性文件，也是学生选择专业和课程以及用人单位招聘录用毕业生的重要参考。

《电子商务专业人才培养方案》以“校企合作、工学结合”理论为指导，努力形成具有我校特色的五年一贯制“教、学、做”一体化教学模式。在电子商务专业课程设置上要加大改革的深度，使电子商务专业学生毕业时既能取得毕业证书，又能拥有电子商务员证书，同时部分学生还能拥有助理电子商务师证书，成为高素质技能型电子商务专门人才。

目 录

电子专业人才培养方案（3+2）	3
一、专业基本信息.....	5
二、人才培养目标.....	5
三、职业面向、职业资格及继续学习专业.....	5
四、知识结构与能力结构.....	6
五、课程设置及教学要求.....	6
六、成绩考核：	13
七、教学进度及课时安排（见附表）：	13
标准 I 《电子商务基础》课程标准	15
标准 II 《网络营销》课程标准	20
标准 III 《电子商务实务》课程标准	26
标准 IV 《图形图像处理》课程标准	32
标准 V 《电子商务与现代物流》课程标准	39
一、前言	39
标准 VI 《网店运营推广》课程标准	45
标准 VII 《网页制作》课程标准	54
标准 VIII 《网店运营》课程标准	62
九、实训条件.....	69
十、顶岗实习企业.....	70
十一、编制说明及实施建议.....	71

一、专业基本信息

（一）专业名称（代码）

中职：电子商务（121100） 高职：电子商务（201114）

（二）招生对象

初中毕业生或同等学历者。

（三）学制与学历

学制五年（3+2）

二、人才培养目标

本专业主要培养具有坚实的经济管理知识与现代商务意识，掌握信息科学理论与技术方法，具有使用网络开展商务活动能力，从事电子商务开发、应用与管理，富有创新精神财富和实践能力的现代商务领域的复合型专门人才。

三、职业面向、职业资格及继续学习专业

（一）职业面向

本专业毕业生主要在 IT 行业、商贸公司、物流企业、政府机构、高等院校等企事业单位从事电子商务应用、开发与管理等方面的工作，具有运用所学专业知

（二）职业资格证书

本专业毕业生应取得：

1. 计算机系统操作工（中级）
2. 电子商务员
3. 助理电子商务师

鼓励学生取得：

1. 公共英语等级证书
2. 普通话三级乙等以上证书
3. 营销员
4. 助理营销师

四、知识结构与能力结构

（一）知识结构

- 1、掌握现代经济学，管理学和电子商务的基本理论和方法。
- 2、了解中国电子商务的政策与法规。
- 3、了解世界主要国家和地区的电子商务发展状况及其商务政策。
- 4、了解与本学科发展相关的科学、技术、政策、法规的新动态。
- 5、熟练掌握一门外语，适应国际化、现代化市场管理的需要。

（二）能力结构

1. 掌握计算机及网络技术的基础知识，熟悉计算机及网络常用软件，具有初步的网页制作能力；
2. 掌握市场营销、外贸业务、经贸法律法规等相关知识；
3. 掌握财务、金融等基本知识；
4. 具有 EDI 基本知识和应用能力；
5. 具有商品推销与广告策划、商务信息处理的能力；
6. 具有较好的外语能力；
7. 具有使用现代化办公设备的能力。
- 8.

五、课程设置及教学要求

（一）课程设置

根据培养目标和业务范围要求，本专业理论教学共开设 25 门课。

（二）课程的主要内容与教学要求

1. 语文

讲授高中语文的基本内容，加强记叙文、说明文、议论文的教学和听、说、读、写的训练，使学生能较熟练的阅读文言文，能撰写所学文体的文章，能说流利的普通话，具有准确理解和运用祖国语言文字的能力，具有较强的口语表达能力和文学艺术鉴赏能力。

2. 数学

本课程主要讲授集合与逻辑用语、不等式、函数、指数函数与对数函数、任意角的三角函数、数列与数列极限、向量、复数、解析几何、立体几何、排列与组合、概率与统计初步等。通过教学，提高学生的数学素养，培养学生的基本运算、基本计算工具使用、空间想像、数形结合、思维和简单实际应用等能力，为学习专业课打下基础。

3. 英语

讲授高中英语的基本内容，加强学生听、说、读、写、译的基本训练，通过学习学生能掌握日常用语并能借助工具书阅读外文资料。

4. 电子商务英语

本课程讲授内容涉及因特网、电子商务概况、网络营销、B2B 电子商务、B2C 电子商务、C2C 电子商务、电子支付、货物运输、客户关系管理、电子商务安全等方面的专业英语知识，为专业课打下扎实的基础。

5. 哲学

本课程是中等职业学校学生必修的一门德育，旨在对学生进行马克思主义哲学知识及基本观点的教育。其任务是：通过课堂教学和社会实践等多种方式，使学生了解和掌握与社会实践、人生实践和职业实践密切相关的哲学基本知识；引导学生用马克思主义哲学的立场、观点、方法观察和分析最常见的社会生活现象；初步树立正确的世界观、人生观和价值观，为将来从事社会实践打下基础。

6. 法律基础

本课程是中等职业学校学生必修的一门德育课程，旨在对学生进行法律基础知识教育。其任务是：使学生了解宪法、行政法、民法、经济法、刑法、诉讼法中与学生关系密切的有关法律基本知识，初步做到知法、懂法，增强法律意识，树立法制观念，提高辨别是非的能力；指导学生提高对有关法律问题的理解能力，对是与非的分析判断能力，以及依法律己、依法做事、依法维护权益、依法同违法行为作斗争的实践能力，成为具有较高法律素质的公民。

7. 政治经济

讲授马克思主义政治经济学的基本理论，使学生了解社会主义经济发展的规律，提高对建设中国特色社会主义理论的认识理解，增强按经济规律办事的自学性。

8. 计算机基础

本课程主要讲授计算机的基础知识、常用操作系统、文字处理软件以及制表软件的使用；掌握计算机网络的基本概念和基础知识，掌握计算机的基本操作技能，具有文字处理能力，数据处理能力，信息获取、整理、加工能力，网上交互能力，为以后学习和工作打下基础。

9. 邓小平理论与“三个代表”

本课程主要学习邓小平理论和“三个代表”重要思想的科学涵义、形成发展过程、科学体系、历史地位、指导意义、基本观点以及中国特色社会主义建设的路线方针政策。

10. 思想品德修养

本课程主要阐述在马克思主义道德基本理论的基础上，对大学生在自身发展过程中经常遇到的和较为关注的有关道德问题进行了讨论，旨在提高大学生的道德自律能力，以及对人生发展和社会发展中道德问题的认知、判断、分析和实践的能力。

11. 经济数学基础

本课程主要讲授与经济学有关的微积分、线性代数、线性规划、概率论、数理统计、离散数学等初步知识,进一步培养学生正确熟练的基本运算技能和逻辑思维能力,逐步提高运用数学方法分析问题和解决问题的能力。

12. 体育

在初中相关课程的基础上,进一步学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能,掌握科学锻炼和娱乐休闲的基本方法,养成自觉锻炼的习惯;培养自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的意识,全面提高身心素质和社会适应能力,为终身锻炼、继续学习与创业立业奠定基础。

13. 经济法概论

掌握主要经济法律、法规,包括公司法、经济合同法、会计法、会计准则、企业会计制度等内容;理解经济法的法律调整范围,公司法和经济合同法的有关法律概念;了解破产法、票据法及有关会计行政法规等内容;培养运用法律解决实际问题的能力。

14. 统计学原理

讲授统计学的基本理论和方法,要求学生掌握宏观与微观经济最基本的统计指标知识,并具备及时、准确、完整、科学地搜集、整理、分析统计信息的基本技能,可以运用 excel 等软件实现电算化统计工作。

15. 基础会计学

讲授基础会计知识,包括会计的概念、前提、准则、要素、复式记帐、会计报表及账务处理程序等。使学生掌握会计的基本理论和基本方法,为学习专业会计打好基础。

16. 市场营销学

讲授市场营销基本原理,消费者需求研究,市场细分化及目标市场策略,市场营销组合策略,国际市场营销(着重于出口营销)等,通过学习学生应掌握企业营销基本原理、基本知识和基本方法。

17. 信息管理系统应用

该课程要求了解管理信息系统的基本概念、信息系统和设计的基本原理，理解 ERP 的概念，原理和 ERP 软件分销、制造、财务三大功能模块，ERP 实施策略和规范。实训要求通过一套完善的 ERP 软件的培训，让学生了解企业的业务流程。

18. 电子商务基础

主要讲述电子商务概述、电子商务技术基础、电子商务的应用、网络营销、电子商务供应链管理、电子商务安全等。

19. 网络营销

本课程主要讲授网络营销概论、网络营销宏观环境分析、网络营销微观环境分析、在线消费者行为、网上调查、网络市场细分和目标市场、建立营销导向的网站、外向营销、网上产品定价、作为渠道的网络、网上沟通、网上关系营销策略、网上营销计划等。

20. 国际贸易概论

主要阐述国际贸易的基本概念及国际分工、世界市场、国际贸易政策、条约、协定、组织等内容；并以实务为主线，从合同、手续、条件、方式、结算等方面展开，使其操作性与实用性更强，体现了当前国际贸易领域最新的知识、方法和技能。

21. 商务谈判实务

本课程主要讲授商务谈判的程序，谈判的常用礼节，谈判的开局，谈判的讨价还价，谈判的收官，谈判的主要内容，谈判风险的规避，谈判技巧等。

22. 财政金融

本课程主要讲授财政的特征、职能，财政收入的主要来源和支出的主要用途；理解国家信用在财政收支活动中的作用，金融在国民经济中的作用、方式及我国信用的主要形式；掌握货币流通与商品流通的关系及保持货币流通量的主要措施、汇率基本知识等内容；了解国家与国有企业利润分配的关系，财政在市场经济条件下支出的重点和范围，货币的需求与供给在我国经济中的现状等内容。掌握国家预算编制、执行和决算的基本知识，我国金融体系演变的过程，商业银行的资产，负债及业务类型，金融市场的现状及分类，国际收支平衡表的构成等内容。）

23. 电子商务与现代物流

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

24. 计算机网络技术

介绍计算机网络的基本概念和原理、网络协议、网络操作系统、LAN 技术、WAN 技术、网络互联设备以及 Internet 技术的应用(包括电子邮件服务、文件传输服务、WWW 技术、企业内部网技术等)。介绍若干组网实例。

25. VFP

该课程要求熟悉 BFP 开发环境，熟练掌握 VFP 数据类型，数组和各种程序控制语言：判断，循环，分支。理解 VFP 中事件，属性，方法，会使用 VFP 标准控件。了解数据的输入输出，能建立 SDI，MDI 窗体，会使用文件对话框，能进行简单的文件操作和数据库操作

26. 企业管理

讲授企业管理的基本知识和主要方法，了解企业的一般组织特点，掌握常用的管理方法，培养学生的基本管理能力。

27. 供应链管理

本课程主要阐述了供应链管理的基本概念与基本理论、供应链企业间的协调运作与激励机制、供应链构建模型及方法、供应链合作伙伴的选择、供应链管理环境下的生产运作管理、物流管理及库存管理等核心内容。介绍了组织供应链管理运行的管理方法与绩效评价方法、支持供应链管理的信息技术等。还根据供应链管理理论与实践的发展介绍了供应链的风险管理。

28. 网页制作

主要介绍网页的基本概念和原理、设计与制作网页的各种技巧，网页制作工具 FrontPage XP 的基本操作，Drearn Weaver MX,Fireworks MX 和 Flash MX 高级网页制作工具的使用方法。

29. 电子商务案例分析

(1) 电子商务网站建设与维护案例，主要介绍不同网站的硬件环境、软件环境、域名选择、运行效果等。(2) 电子商务网站设计案例，主要介绍不同网站的设计思路、特色与突破点。(3) 电子商务 B2C 案例，主要介绍在 B2C 营销过程中突出网站及其营销方法和手段；包括软件、图书、百货等。(4) 电子商务 B2B 案例，主要介绍在 B2C 营销过程中突出网站及其营销方法和手段。(5) 电子商务服务业案例，主要介绍在服务业中突出网站及其营销方法和手段；包括银行、证券、拍卖、旅游等。

30. 电子商务网站建设

本课程主要讲授电子商务网站创建的规划与设计、网站软硬件平台的安装与配置、HTML（超文本标记语言）、ASP 技术与 VBScript 脚本语言、Web 数据库与 ADO 数据库访问技术、Microsoft SQL Server 2000 数据库的应用与维护等。

31. 西方经济学

本课程主要讲授现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法，使学生在经济管理中能运用现代经济学知识分析和解决实际问题，为以后其他课程的学习和工作奠定一个坚实的基础。

32. 应用文写作

本课程主要讲授在商业沟通活动中涉及的各类书面文章的写作方法与技巧，包括个人简历、总结、报告、协议、商业信函、邀请、计划书、产品介绍书等等。

33. 普通话水平

本课程通过教学训练，培养锻炼同学们普通话水平，提高口语交际能力。

34. 职业道德与就业指导

本课程是中等职业学校学生必修的一门德育课程，旨在对学生进行职业道德教育与职业指导。其任务是：使学生了解职业、职业素质、职业道德、职业个性、职业选择、职业理想的基本知识与要求，树立正确的职业理想；掌握职业道德基本规范，以及职业道德行为养成的途径，陶冶高尚的职业道德情操；形成依法就业、竞争上岗等符合时代要求的观念；学会依据社会发展、职业需求和个人特点进行职业生涯设计的方法；增强提高自身全面素质、自主择业、立业创业的自觉性。

35. 消费心理学

该课程介绍心理学的基本理论，消费者在市场环境下的心理行为特点，消费行为心理特征。

36. 证券投资学

本课程主要讲授证券投资的风险与收益，证券投资的基本分析与技术分析，证券投资的技巧，证券市场的发展对国民经济的影响，以及财政货币政策对证券市场的影响等。使学生掌握投资理财和资本经营方面的基本知识和应用技能，适应社会发展的需要。

37. 客户关系管理

本书详细清晰地阐述了客户关系管理的基本理论、方法和策略。作者在吸收理论界和实业界最新研究成果的基础上，分离出客户关系管理的关键流程与支撑平台，始终将面向客户的管理活动贯穿于整个客户关系管理系统之中。其中，关于客户关系的概念与内涵、客户关系管理战略流程构成、客户贡献价值评估、客户分层管理、客户价值组合、客户接触界面、客户周期管理、客户经理制度等内容，都有许多创新且实用的模型、方法和工具供借鉴。

六、成绩考核：

加强学籍管理，严格考试（查）制度，根据考试（查）成绩，作为是否准予毕业的依据。

七、教学进度及课时安排（见附表）：

序号	课程名称	总计	理论课	实训课	一		二		三		四		五		考核类型	
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	考试	考查
一、基础课																
1	语文				6	6	4	4							√	
2	数学				6	6	4	4							√	
3	英语				4	4	4	4							√	
4	电子商务英语								4	4						√
5	哲学				4											√
6	法律基础					4										√
7	经济与政治						4									√
8	计算机基础				6										√	
9	职业生涯规划				2											√
10	思想道德修养									4						√
11	经济数学基础								4						√	
12	体育				2	2	2	2	2	2	2	2				√
13																
二、专业基础课																
1	经济法概论						4									√
2	统计学原理								4							√
3	基础会计学						6								√	
4	市场营销学														√	
5	信息管理系统应用									6					√	
6	电子商务法								6						√	
7	国际贸易概论										4					√
8	商务谈判实务										6				√	
9	企业管理															
10	计算机网络技术								6						√	
三	专业核心课															
11	电子商务基础					6									√	
12	电子商务实务						4								√	
13	图形图像处理							6							√	
14	网络营销											6			√	
15	网店运营与推广											4				√
16	电子商务与现代物流									4					√	
17	网店运营									6					√	
18	电子商务案例分析							6							√	
19	网页制作							4								√
20	电子商务网站建										6				√	

	设与维护															
四	拓展实训课															
21	供应链管理 (SCM)									6					√	
22	网络支付与电子 银行										6				√	
23	经济应用文写作						4									√
24	普通话水平						2									√
25	VFP								4							√
26	职业道德与就业 指导									2						√
27	消费心理学										6				√	
28	证券投资学										4					√
29	财政与金融基础										6					
30	客户关系管理									4						√
31	文字录入					2										
32	计算机基础实训						一周									
33	网络信息收集与 交换实训							一周								
34	网店实训										一周					
35	电子商务网站建 设实训								一周							
36	BtoB BtoC CtoC 电子商务实训									一周						
37	网络操作实训						一周									
	合计:				30	30	30	30	30	30	30	28				

八、主要课程标准

标准 I 《电子商务基础》课程标准

一、前言

（一）课程性质及任务

《电子商务基础》是电子商务专业的核心课程，也是物流管理、市场营销、国际贸易等经济类专业的专业必修课程。在现代信息化社会中，学习电子商务知识可以使运用信息技术和商务规则的企业与个人，系统地利用各种电子工具和网络，高效率、低成本地从事各种以电子方式实现的商业贸易活动。

（二）设计思路

《电子商务基础》是从总体上介绍电子商务专业知识的先导性课程，它把电子商务专业所要具备的经济、管理、技术和法律等多种知识和技能，以及电子商务在国民经济主要行业中的应用概况，给予提纲挈领的介绍，使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和电子商务的国内外应用情况有一个整体印象和初步认识，为今后分门别类详细学习各类、各门专业课程打下良好的基础。

二、课程目标

（一）能力目标

1. 了解电子商务的概念及电子商务整体框架结构；
2. 了解电子商务的发展历程，对应用现状和发展趋势有较全面认识和判断；
3. 掌握当前电子商务的主要赢利模式；
4. 掌握 B2B、B2C、C2C 电子商务的基本运作模式；
5. 掌握电子商务活动中的电子商务调研、交易、营销、支付、物流等基本技能；
6. 掌握电子商务活动中的诚信、安全问题。

（二）知识目标

1. 能讲述我国电子商务的发展史及关键年份的重要事件；
2. 能够应用从事电子商务工作所必备的信息技术和商务理论知识的能力；
3. 能分析电子商务对当前企业生产、经营活动产生的影响；
4. 能分析以阿里巴巴网站为代表的 B2B 网站，以淘宝商城、京东网为代表的 B2C 网站，以淘宝网、拍拍网为代表的 C2C 网站等三种不同的经营模式，解释其网站栏目、买家和卖家的工作流程（包括信息查询、推广、洽谈、合同签订、物流和支付等），并能了解业务操作流程；
5. 能够了解我国有关电子商务的方针、政策和法规；

6. 能够具有一定的创新能力和环境适应能力；
7. 能够有一定的自学能力和职业迁移的智能基础以及持续发展的潜在能力。

(三) 素质目标

1. 学生应具有较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察；
2. 能用心尊重他人、不断激励自己；
3. 乐于团队合作、善于整合资源；
4. 善于表达沟通、用于企业实践、注重学以致用。

三、课程内容与要求

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目一 电子商务概述	任务 1 理解传统商务与电子商务	介绍电子商务简单概念，了解传统商务的运作过程；了解传统商务与电子商务的比较：信息提供、流通渠道、交易对象、交易时间、顾客方便度、顾客需求、销售地点； 了解传统企业面临的四方面的变革； 了解电子商务的主要成分、电子商务的内涵、电子商务的核心，电子商务的特点。	讨论易购 365 是如何从传统商务走向电子商务的。	4
	任务 2 了解各种电子商务模式	了解按交易对象分类、按商务活动内容分类、按使用网络类型分类。	分析淘宝、阿里巴巴、慧聪、敦煌网、京东各属于哪种模式的电子商务。	4
	任务 3 了解电子商务的标准	了解电子商务标准化的主要范围、电子商务概念、Internet 商务概念、制订 Internet 商务标准的目标、电子商务标准的两个层次。	结合习题练习。	2
	任务 4 了解电子商务相关法律法规	初步了解电子商务涉及的法律问题, 掌握有关电子商务法律基本原理。	利用搜索引擎等工具收集国内外关于电子商务的法律法规, 并阅读。	2
项目二 电子商务技术基础	任务 1 掌握 internet 基本知识	了解 Internet 商务的发展趋势； 理解 Internet 电子商务总体结构； 熟悉 Internet 商务的经营模式。	学生独立上网申请域名。	4
	任务 2 了解 IP、域名、www	了解域名、IP 等知识, 理解 www 的基本服务。	对电脑 IP 地址进行配置, 建立一个局域网络。	4
	任务 3 掌握网络工具的应用	掌握电子邮件、BBS、博客、即时聊天工具等网络工具的应用。	申请邮箱、注册 QQ、博客并熟练使用这些工具。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目三 电子商务 支付结算	任务 1 了解电子货币、电子支付	掌握网上银行、电子货币的概念, 比较传统支付与网上支付的优缺点; 掌握网上支付功能。	使用银行卡在 ATM 和超市 POS 终端上, 并画出各自的工作流程。	4
	任务 2 掌握网上银行的使用	掌握个人网上银行申请的方法、网上支付的流程, 能熟练进行网上支付的操作。	开通网上银行, 并进行安全设置、网上银行查询、转账各种业务。	4
	任务 3 掌握第三方支付工具	了解电子支付、信用卡、电子现金、电子钱包、电子支票的概念, 掌握它们的使用方法。	申请支付宝或财付通账户, 管理、查询支付宝, 使用支付宝完成支付。	6
项目四 电子商务 安全管理	任务 1 了解电子商务安全基本知识	了解电子商务系统的安全威胁, 提高安全意识; 了解电子商务安全技术体系。	讨论分析案例: 网民是如何丢失了网上银行账号密码。	2
	任务 2 理解信息加密、数字签名	了解对称加密算法和非对称加密算法; 理解电子商务的具体安全要求及其措施; 理解电子商务认证中心的职能; 理解数字证书的用途; 理解数字签名的概念、作用及过程。	申请电子邮件数字证书或银行数字证书, 安装并使用数字证书。	4
	任务 3 掌握数字证书使用	了解数字时间戳、CA 认证, 理解数字证书的内容、发放、管理。	熟练操作数字证书的申请与安装、网络身份验证、文档电子签名、各类邮件客户端工具的安全配置、签名与加密电子邮件等。	4
项目五 物流与 供应链	任务 1 了解物流和物流管理	了解电子商务与物流关系, 掌握电子商务物流特点, 熟悉电子商务物流技术。	案例分析讨论: 光明牛奶是如何实现 6 小时内鲜奶送上门的。	4
	任务 2 了解电子商务的物流及配送	了解传统物流与现代物流的比较; 理解并掌握物流配送、供应链、供应链管理概念; 理解电子商务与物流配送之间的关系。	讨论案例: 顺丰快递的信息化物流。	6
	任务 3 理解供应链管理	理解电子商务与供应链管理之间的关系; 了解供应链与物流的区别和联系。	讨论分析案例: GE 公司是如何建立无缝、自动化的供应链系统。	4
项目六 网络营销 实务	任务 1 了解网络营销的特点	理解网络营销的概念、种类、特点; 了解网络营销的基本构成和运行模式。	案例讨论: 两位美国律师为何疯狂发出电子邮件。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务2 掌握网上市场调查的基本方法	会按照网上市场调研的目的与要求,涉及针对电子邮件、WWW 等网络工具的调研方案; 会根据网络市场调研的目的要求,编制调研计划,撰写调研计划书; 会根据调研所得的数据进行分析; 掌握网络市场调研报告基本格式,完成网络市场调研报告的撰写。	设计一个大学生数码消费状况的网络调查,利用中调网、百度、新浪博客等发布并开展调查。	6
	任务3 掌握网络营销的工具的使用	了解熟悉搜索引擎、在线客服、博客营销、论坛营销、公共关系营销。	练习使用博客、空间、论坛、邮件进行网络营销。	6
	任务4 掌握网络广告的分析方法	了解网络广告效果评估的标准; 掌握网络广告效果评估方法。	分析搜狐、新浪等网站的各种网络广告,总结网络广告的类型、收费方式、广告效果。	4
项目七 建立个人网上商店	任务1 了解网上开店基本知识	了解商务网站概念、特点、内容组成、结构。	案例讨论:柠檬清茶是怎样从夫妻网店成为员工上百人的网购公司。	4
	任务2 掌握开通网店方法和店铺装修	掌握店铺设置;掌握商品发布流程及商品发布的管理; 掌握店铺日常管理;了解商品信息。	在淘宝、一淘、拍拍等平台开通网店并对网店进行装修。	4
	任务3 掌握网上交易和网店管理的方法	了解网站建设的步骤和过程,; 掌握商务网站管理的关键和方法。	在淘宝网店开展一次网上购买和销售,对自己的网店商品进行上架、下架、价格修改、商品描述修改等操作。	6
课时总计				96

四、实施建议

(一) 教材编写与选用建议

1. 教材编写应以本课程标准为依据,合理安排教学内容,内容注重可操作性,可根据不同专业、不同教学模式结合学校实训设备编写相应校本教材;

2. 应体现以就业为导向、以学生为本的原则,将电子商务的基本原理与生产生活中的实际应用相结合,注重实践技能的培养,注意反映电子商务领域的新知识、新技术、新工艺和新趋势;

3. 应符合中职学生的认知特点,提供实习实训指导书、微课、精品课程、课件、电子教案等满足不同教学需求的教材及数字化教学资源,为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

(二) 教学方法与手段建议

1. 通过制作电子课件，现场参观录像，充分利用现代多媒体电子教学，进行网上学习、交流、沟通；

2. 坚持“做中学、做中教”，将实践教学环节、创新思维培养引入课程，积极探索理论和实践相结合的教学模式，使电子商务基础基本理论的学习、基本技能的训练与生活实际应用相结合。引导学生通过学习过程的成功体验，提高学习兴趣，激发学习动力，掌握相应的知识和技能。

（三）考核与评价建议

1. 考核与评价要坚持结果评价和过程评价相结合，定量评价和定性评价相结合，教师评价和学生自评、互评相结合，使考核与评价有利于激发学生的学习热情，促进学生的发展；

学生评价考核表

评价项目		评价内容	评价形式	权重（%）	分值
过程性评价	学习单元评价	基本概念的理解、讨论及回答问题等表现、出勤率。	课堂表现	20	20
	学生自评	技能方法的掌握。	技能水平	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量，项目功能及性能评价。	效果与质量	40	40
		基本概念的理解，具体方法技能的掌握。	闭卷考试	20	20
第三方评价	学生互评	团队合作能力，工作效率。	工作成果	10	10
合 计				100	100

2. 考核与评价要根据本课程的特点，改革单一考核方式，不仅关注学生对知识的理解、技能的掌握和能力的提高，还要重视其动手能力、沟通能力和语言表达能力训练等职业素质的形成；

3. 学生可以通过网络查阅资料开卷考试形式，自评考试成绩，也可进行上机操作考试形式，再结合技能考证。

（四）课程资源的开发与利用建议

1. 应重视现代教育技术与课程教学的整合，充分发挥计算机、互联网等现代信息技术的优势，提高教学的效率和质量；

2. 应充分利用数字化教学资源，创建适应个性化学习需求、强化实践技能培养的教学环境，积极探索信息技术条件下教学模式和教学方法的改革。制作多媒体课件、现场操作视频、微课、微电影等教学资源；

3. 充分利用实训中心，进行现场教学、实习实训、职业技能证书考证，满足对学

生职业能力培养的要求。

五、其它说明

1. 本标准依据国家教育部办公厅《关于制订中等职业学校专业教学标准的意见》（教职成厅〔2012〕5号）、安徽省教育厅《关于开展中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的通知》（皖教秘职成〔2015〕45号）等相关文件要求编制；

2. 本课程标准由安徽省中高职衔接电子商务专业教学标准编制组集中讨论、分工编制；

3. 根据本标准，该课程教学尽可能采用先理论后实训，通过实际操作进一步了解电子商务基础。

标准 II 《网络营销》课程标准

一、前言

（一）课程性质及任务

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

（二）课程设计思路

《网络营销》课程是以电子商务的首要环节——信息的建立与传递来开展任务教学的，通过创设情境，引入任务；任务分析、相关知识介绍；任务实施，实操演练；课内外实践、巩固知识与技能，实现“教、学、做”一体化。首先，我们根据电子商务人才培养方案，整理出电子商务专业学生毕业后在网络营销方面所需要的能力以及所从事的岗位，这些岗位所需要的网络营销知识点。其次，针对每个典型工作任务进行细化、分解形成对应的学习内容，再针对每个学习内容形成学习单元及教学单元，进行知识点教育的同时，安排适当的实验内容进行验证，最后进行综合实训以及根据情况参与企业的网络营销工作。

《网络营销》是电子商务专业的核心课程，学习该课程应以电子商务基础、计算机及应用、网络基础、网页制作、市场营销学等课程为基础，并进行市场调查与预测、电子商务相关法规等课程的学习，同时为网店运营的学习起到了很好的实践应用作用。

二、课程目标

（一）能力目标

通过本课程的学习，学生应具备从事网络营销的基本操作技能。具体包括：

1. 能够理解网络营销与传统营销理论、网上销售的关系；
2. 能熟练运用计算机开展网络调研；
3. 能结合消费者的特点进行网络营销；
4. 能熟练运用搜索引擎查找信息，运用搜索引擎为企业进行营销宣传；
5. 能合理运用 Email 的特点开展内部与外部的网络营销；
6. 能利用博客传递营销价值；
7. 能运用网络广告的不同形式为营销服务。

（二）知识目标

1. 理解网络营销的含义，掌握网络营销的起源、发展与特点；
2. 熟悉企业网站的规划，掌握企业网站的基本功能、基本内容；
3. 掌握搜索引擎营销的基本原理，了解搜索引擎营销的模式与广告策略，了解搜索引擎效果的分析体系；
4. 熟悉许可 Email 营销的原理，掌握 Email 营销的作用与主要形式，Email 营销策略；
5. 了解 Web 2.0 的各项技术。

（三）素质目标

1. 培养学生适应网上贸易工作的良好业务素质和身心素质，具备一定的网络营销基本素质，增强学生的现代市场竞争意识；
2. 培养学生分析问题、解决问题和实际运用的能力；
3. 培养学生自身可持续发展的能力，在转换岗位职业后在复杂变化的环境中重新获得新的职业知识与技能；
4. 学生应具有较强的工作责任心，具有合作精神和创新精神。

三、课程内容及要求

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目一 网络营销概述	任务 1 分析网络营销与传统营销的关系	了解网络营销与传统营销的联系； 理解网络营销与传统营销的区别。	上网了解网络营销基本知识，收集网络营销应用案例。	2
	任务 2 对网络营销的理解	了解网络营销的产生和发展的过程； 熟悉网络营销的概念以及相关理论； 了解网络营销的几大模式； 掌握网络营销的职能和内容体系； 能够分辨网络营销与电子商务的不同。	现场教学，要求讲解要详略得当，理论联系实际。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目二 网络营销战略规划	任务1 了解网络营销战略规划	了解网络营销战略规划的含义； 理解网络营销战略规划的内容。	训练学生对网络营销基本概念的理解领会能力，要求学生有初步的网络营销战略管理意识。	4
	任务2 如何制定网络营销战略规划	理解网络营销战略规划制定的原则、网络营销战略规划的制定； 掌握网络营销战略规划实例。	浏览宝洁、ABB、亨氏、一号店网站，试比较其营销策略的不同。	4
项目三 网络营销环境与技术应用	任务1 对网络营销环境的理解	了解网络营销的微观环境和宏观环境； 掌握构成网络营销环境的五要素。	创设任务情境，介绍相关知识点，分析网络营销微观和宏观环境。	4
	任务2 对网络应用技术的理解	了解网络营销平台、Internet 技术、Web 技术； 熟悉物流配送中心、金融中介机构。	通过任务情境引入，介绍相关知识点，分析网络营销的应用技术。	4
项目四 网络营销受众分析	任务1 了解网络营销受众概况	了解 Internet 用户总体规模和特征、Internet 用户性别与年龄特征、Internet 用户学历与身份、Internet 用户收入状况、Internet 用户上网接入设备情况。	通过 PPT 教学，增加对网络营销受众群体的理解。	4
	任务2 受众行为分析	理解网络用户行为的内涵、分类、网络用户的需求特征。	通过案例分析艾希里是如何进行网络受众分析、寻找目标市场的。	4
项目五 市场调查与信息发布	任务1 对网络市场调查的理解	了解网上市场调查的概念、网上市场调查的分类、网上市场调查的策略。	了解一个完整的在线调查表的基本构成。	4
	任务2 对网络商务信息的理解	学习网络商务信息的概念和特点，分析网上商务调研的特点及局限性，分析商务信息发布的内容和原则，学习商务信息收集、调研、信息分析及发布的常用工具及使用方法。	根据网络商务信息的涵义、功能和分类，初步解读收集的网络商务信息。	4
项目六 网络营销基本策略	任务1 网络营销产品策略	了解网络营销产品策略、网络营销产品的特点和网络营销产品的分类。	列出六种不同新产品战略，并且给出网络营销中的六个相应例子加以说明。	2
	任务2 网络营销价格策略	了解网络营销定价策略的概念、网络营销定价策略的特点，掌握网络营销定价策略内容。	分析亚马逊公司的差别定价的失败案例。	4
	任务3 网络营销渠道策略	比较网络营销渠道与传统营销渠道； 了解网络营销渠道的功能、网络营销渠道的分类。	访问 Dell 中国公司的网站，并在其他网站上搜索相关的信息，比较网络直接营销渠道和传统分销渠道相比所具有的竞争优势。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务 4 网络营销促销策略	掌握网络促销的定义、网络促销与传统促销的比较、网络促销的形式。	从上海团购网、北京旅游网、肯德基中国、金山毒霸等网站中选择其中两个网站，分析其促销的方法。	4
项目七 全方位网络营销	任务 1 了解网络营销的全方位	了解熟悉搜索引擎、在线客服、博客营销、论坛营销、公共关系营销。	寻找一家企业网站，查看被搜索引擎收录的状况，分析相关的差异。	2
	任务 2 了解网络营销常用方法	了解交换链接、病毒性营销、信息发布、会员制营销；初步掌握个性化营销、SNS 营销、互动式营销。	让学生找一个 BBS 网站 (1) 注册成为会员；(2) 浏览其他会员的言论信息；(3) 进入自己感兴趣的主体；(4) 说出 BBS 在网络营销中所起的作用。	4
项目八 E-MAIL 营销	任务 1 了解 E-mail 营销的概况	了解 E-mail 营销的含义、E-mail 营销的类别；熟悉 E-mail 营销的发展现状和 E-mail 营销的发展。	内部列表和外部列表 Email 营销过程比较、开展 Email 营销的三个基础条件	2
	任务 2 如何管理 E-mail 营销	掌握许可 E-mail 营销的合理运用、提供 E-mail 营销服务、E-mail 营销策略的应用。	创建一个邮件列表，包括邮件订阅、订阅用户管理、邮件发送、已发送邮件的管理等。	2
项目九 网络广告	任务 1 如何发布网络广告	掌握网络广告的概念、网络广告的特点、网络广告的形式；熟悉网络广告报价、网络广告合同、网络广告排期。	让学生独立完成一份网络广告策划方案。	2
	任务 2 如何评价网络广告的效果	理解网络广告效果评估的意义；掌握网络广告效果评估的标准，网络广告效果评估方法。	根据多喜爱公司的产品特点，确认发布网络广告的网络媒介，列出相应网络广告形式。	2
项目十 实训	任务 1 搜索引擎营销	了解搜索引擎的基本原理，搜索引擎的分类及特点；熟悉搜索引擎营销主要模式。	设计搜索引擎推广方案，完成搜索引擎营销方案。	4
	任务 2 博客营销	熟悉博客及博客营销的概念，博客营销的主要模式。	开通网上博客并撰写博文。	4
	任务 3 社区营销	理解网络社区营销概念和特点的基础上；掌握网络社区营销的相关模式和步骤。	在国内知名论坛上发帖。	2
	任务 4 即时通讯工具	了解即时通讯工具的分类，熟练使用及时通讯工具。	使用 QQ 对于新产品进行营销推广。	4
	任务 5 网络市场调查	了解设计网上调查问卷的基本知识。	设计一份网上调查问卷并对数据进行分析。	4
	任务 6 在网络平台发布供求信息	了解网上发布产品的方法。	在网上发布指定产品。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务7 许可 E-mail 营销	了解许可 Email 营销与非许可 Email 营销的区别。	企业推广邮件体验, 设计客服邮件并发送。	2
	任务8 网络广告	了解网络广告的概念与特点; 掌握一般的网络广告的策划方案。	设计几款网络广告, 并指出其创意。	2
	任务9 网络营销方案策划	了解网上开店的平台、意义和准备工作。	网上店铺的开设。	2
	任务10 网络营销站点建设	掌握网站建设的基本常识, 并能进行简单的网站建设。	帮助新企业建立网站。	2
课时总计				96

四、实施建议

(一) 教材编写与选用建议

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

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

(二) 教学方法与手段建议

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

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

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

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

(三) 考核与评价建议

教学评价分为学生评教和教师评学两个部分。评教在期中和期末进行, 实行网上

评教方式，评学分为过程性考核和终结性考核。通过教学评价，达到以评促教、以考促学的目的。

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

学生评价考核表

评价项目		评价内容	评价形式	权重（%）	分值
过程性评价	学习单元评价	基本概念的理解、讨论及回答问题等表现、出勤率。	课堂表现	20	20
	学生自评	技能方法的掌握。	技能水平	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量，项目功能及性能评价。	策划方案	40	40
		基本概念的理解，具体方法技能的掌握。	闭卷考试	20	20
第三方评价	学生互评	团队合作能力，工作效率。	工作成果	10	10
合 计				100	100

（四）课程资源开发与利用建议

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

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

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

五、其它说明

1. 本标准依据国家教育部办公厅《关于制订中等职业学校专业教学标准的意见》（教职成厅〔2012〕5号）、安徽省教育厅《关于开展中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的通知》（皖教秘职成〔2015〕45号）等相关文件要求编制；

2. 本课程标准由安徽省中高职衔接电子商务专业教学标准编制组集中讨论、分工编制；

3. 根据本标准，该课程教学尽可能采用先理论后实训，通过实际操作学会熟练使用网络营销。

标准 III 《电子商务实务》课程标准

一、前言

(一) 课程性质及任务

《电子商务实务》是电子商务专业必修的一门专业课。其目的是培养在电子商务方面具有全面素质和综合职业能力的，直接在生产、服务、技术和管理第一线应用型专门人才和劳动者。

实务模拟是专业技能训练的有效方式，电子商务实务包括对电子商务专业的综合能力的训练。这种综合能力一般包括计算机技术能力、商务技术能力、网络与电子商务技术能力等等。其中，电子商务专业知识和专业技能的提高对综合能力的培养具有非常重要的作用。

(二) 课程设计思路

1. 按照“以能力为本位，以职业实践为主线，以项目课程为主体的模块化专业课程体系”的总体设计要求。以培养高素质技能型人才为目标，跟踪电子商务领域的发展，反映电子商务的实践及电子商务教学改革最新成果；

2. 依据工作任务完成的需要、中职学校学生的学习特点和职业能力形成的规律，按照“学历证书与职业资格证书嵌入式”的设计要求确定课程的知识、技能等内容。

3. 以就业为导向，强调基本知识和实用技能，以任务驱动、项目教学、分层指导、综合评价方式组织和开展教学，以提升学生素养，满足就业需要；

4. 以电子商务的实际业务为背景，以电子商务活动为主线，内容涉及电子商务网站建设、电子商务安全、电子商务营销、电子商务与物流、电子商务案例分析；

5. 体现理论实践一体化。

二、课程目标

(一) 能力目标

通过完成电子商务的认识与典型案例、网络商务信息收集与利用、CA 认证与电子商务安全、建立网上商店、网上支付、网络营销与促销、电子商务与物流及淘宝网综合实训 7 个项目的学习，努力使学生达到以下初步能力：

1. 能够利用互联网进行商务信息的检索与利用；
2. 能够开通网上店铺，并对店铺进行日常经营管理；
3. 能够运用、操作电子商务的安全技术；
4. 能够实现电子支付(网上银行、手机银行)功能、并能够操作第三方支付流程；
5. 能够在电子商务平台上进行物流配送的相关操作；
6. 能够借助电子商务网络平台进行店铺推广；
7. 能够具备网络营销能力，商务沟通能力，商务运作能力，商务谈判能力，现代

信息技术与处理能力；

8. 能够应用从事电子商务工作所必备的信息技术和商务理论。

(二) 知识目标

1. 具有搭建电子商务平台的基本能力；

2. 熟练的使用网上银行的能力；

3. 应用电子商务网上交易的能力；

4. 在网上营销的基本能力；

5. 企业网站信息管理的基本能力；。

6. CA 认证的基本能力。

(三) 素质目标

1. 具有获取和利用信息的能力；

2. 具有逻辑思维能力；具有良好的动手能力以及实操能力；

3. 具有独立学习、获取新知识和新技能的能力；

4. 具有发现问题、分析问题和解决问题能力；

5. 具有团队管理能力、人力资源管理能力；培养学生的团队协作精神；

6. 培养并提高学生的职业能力（观察、分析和解决问题的能力，自我展现的能力）；

7. 具有较好的品德修养、人际沟通以及解决电子商务实际问题的基本能力。

三、课程内容与要求

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目一 电子商务的认识与典型案例	任务 1 认识电子商务	能分辨电子商务网站，能辨别电子商务活动，能运用电子商务术语。	列举并登录常用电子商务网站，引导学生认识不同电子商务网站的基本功能。	2
	任务 2 电子商务的分类和功能	分辨知名的电子商务网站的类型；熟悉知名电子商务网站的功能。	登录电子商务网站，引导学生鉴别电子商务网站的异同。	2
	任务 3 对电子商务网站的初步认识	熟悉电子商务网站的布局，能对给定的电子商务网站进行主页分析。	登录淘宝网、阿里巴巴网站介绍电子商务网站的布局、基本要素，并以当当网、卓越网为例提问学生。	2
项目二 网络商务信息收集与利用	任务 1 对网络商务信息认识、搜索引擎检索技巧	能分辨出日常生活中的商务信息；能运用电子商务信息，利用搜索引擎进行复合检索、特定信息检索、精确检索、定位检索、文件类型检索、术语检索。	1、提交具体某一类商务信息收集展示。 2、各种检索平台的应用。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务2 其他有效搜索 方式介绍	能利用 google 进行趋势分析；能利用商贸平台进行搜索、比较购物搜索、地图搜索、行业、快照、人物搜索、学术数据库搜索、专利数据库搜索、百科全书搜索。	启发并提问学生信息检索方法的选择与应用。	4
	任务3 利用网络信息安排商务活动	能根据商务活动安排出行方案，能利用网络订购机票和其它交通工具，能利用网络查询、订购酒店，能利用网络查看、选择旅游景点。	出行方案经费预算，电子商务平台的选择。	4
	任务4 网络商务信息收集与市场调研	了解网上信息搜集的方法和技巧，熟练使用网上市场调研的方法和技巧。	让学生完成一份当地电子商务市场调研报告。	4
项目三 建立网上商店	任务1 网店知识入门	能够比较不同 C2C 电子商务交易平台，选择合适的平台开设店铺。	对于不同购物网站，让学生出一份调查结果。	2
	任务2 网店商品选择及调研	能根据调研结果确定经营产品，能根据经营产品确定货源渠道。	网上店铺商品调研报告、商品货源分析报告。	2
	任务3 申请会员、支付宝实名认证	能申请淘宝会员，能申请支付宝账户，能够申请支付宝实名认证。	学生操作淘宝会员及支付宝注册流程，支付宝实名认证流程。	2
	任务4 在 C2C 电子商务平台发布商品、开通店铺	能使用数码相机为商品拍摄图片，能发布商品，对商品进行描述。	学生操作产品发布流程。	4
	任务5 店铺装修、管理店铺	完成店标、店铺公告、商品分类模板、商品详情页面等的店铺美化设计；能进行网上店铺交易信息的查询、订单处理和日常运营管理；能运用淘宝助理等工具提高网店经营管理水平。	学生对网店进行店铺美化与设计技巧，网店交易信息查询、订单处理和日常运营管理方法。	4
项目四 CA 认证与电子商务安全	任务1 电子商务交易安全	能利用网络进行商务信息的收集，能通过当前电子商务交易中存在的问题事件，指出当前电子商务交易存在的安全问题。	学生搜寻关于电子商务安全案例并展示。	4
	任务2 数据加密与数字签名	能运用数据加密技术对数据进行加密，能运用数字签名技术对电子文件签名。	牢记数据加密流程图。	2
	任务3 数字证书申请与管理	能独立进行数字证书的申请，能对申请的数字证书安装、查看操作，能对申请的数字证书导出保存操作，能对申请的数字证书导入安装、操作。	独立安装免费数字证书。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目五 网络购物与网上支付	任务 1 在阿里巴巴上采购物品	了解网上采购与传统采购的区别,理解网络采购概念和特点,掌握网络采购的基本流程。	能在阿里巴巴平台内完成注册下单;能在阿里巴巴平台上发布采购信息。	4
	任务 2 在淘宝网上购物	了解网上购物的含义,网上购物的特征,掌握网上购物的流程。	能注册淘宝网账户;能在淘宝网上搜索到自己想要购买的商品;能在淘宝网上进行网上购物。	4
	任务 3 网上银行支付	熟悉线下支付和网上支付的方式,网上支付方式的比较分析,掌握网上银行知识及其办理。	能办理开通个人网上银行;能进行网上银行业务的操作。	4
	任务 4 第三方支付	了解网上下单的含义,会使用支付宝支付。	能在淘宝网上完成购物下单操作,能利用支付宝付款,完成支付操作。	4
项目六 淘宝店铺推广与网络营销	任务 1 网络营销概述	了解网络营销发展历程及现状,知道网络营销的概念、特征及其内涵。	登陆海尔网站,了解它是如何开展网络营销的。	4
	任务 2 网络营销的内容及环境	掌握网络营销的内容体系,让学生能够针对实际,分析具体的环境因素变化对企业网络营销活动的影响。	利用互联网,针对某一特定产品设计和制作一份网上调查问卷,分析环境因素对其销售的影响。	4
	任务 3 搜索引擎营销、E-mail 营销	了解搜索引擎的概念,搜索引擎营销在网络营销方法体系中的重要地位及其基本原理; 掌握 E-mail 营销的概念, E-mail 营销策略。	会使用搜索引擎搜索网络信息,使学生能够正确地运用 E-mail 营销,掌握应用技巧和注意事项。	4
	任务 4 网络广告营销	理解网络广告的概念,特点,了解网络广告的发展现状。	会设计简单的网络广告,能对网络广告的效果做出基本评价。	4
	任务 5 论坛营销、社区营销	能够利用论坛营销进行推广,能够在社区网站设计有吸引力的话题,能够对论坛营销、社区营销的推广效果进行简单评估。	为汇源核桃露进行论坛营销推广。	4
	任务 6 博客营销、微博营销	掌握企业博客营销的概念及四个基本特征,了解博客营销的基本过程,会注册微博账户,利用微博进行营销推广。	请同学为莱芜航空运动界做博客、微博营销策划	4
	任务 7 淘宝店铺推广	了解淘宝店铺推广的各种方法,能够运用多种方法对淘宝店铺进行推广。	对“食记特产”进行店铺推广,写出具体的推广方案。	4
项目七 电子商务与物流	任务 1 物流与电子商务物流	了解物流的定义、活动要素;理解物流的模式,电子商务物流配送的特征、优势和制约因素;能选择合理的物流公司进行货物的配送,能跟踪查询物流信息。	搜集物流公司名称及 logo。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务2 C2C 电子商务物流	掌握C2C电子商务物流常用的物流模式以及淘宝网有关物流方面的设置和操作,能在淘宝网添加、修改地址库,能进行运单、运费模板的设置。	登录淘宝网、易趣网,比较其物流模式异同。	2
	任务3 B2C 电子商务物流	了解BtoC电子商务模式, BtoC电子商务物流方式,掌握BtoC电子商务物流设置,能根据不同客户选择合理的物流方式。	登录卓越网,完成注册账号、购物流程完整操作,并将物流地址网页截图发至教师邮箱。	2
	任务4 B2B 电子商务物流	了解BtoB电子商务物流的主要配送方式,能熟悉阿里巴巴物流网能提供的服务。	注册为阿里巴巴物流网用户,能在阿里巴巴物流网查询莱芜地区的物流线路、物流网店,能在阿里巴巴物流网进行物流跟踪。	2
课时总计				96

四、实施建议

(一) 教材编写与选用建议

1. 教材编写应以本课程标准为基本依据,合理安排教学内容,内容注重可操作形,可根据不同专业、不同教学模式结合学校实训设备编写相应校本教材;
2. 应体现以就业为导向、以学生为本的原则,将电子商务的基本原理与生活中的实际应用相结合,注重实践技能的培养,注意反映电子商务领域的新知识、新技术;
3. 应符合中职学生的认知特点,提供实习实训指导书、微课、精品课程、课件、电子教案等满足不同教学需求的教材及数字化教学资源,为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

(二) 教学方法与手段建议

1. 通过制作电子课件,现场参观录像,充分利用现代多媒体电子教学,进行网上学习、交流、沟通;
2. 坚持“做中学、做中教”,将实践教学环节、创新思维培养引入课程,积极探索理论和实践相结合的教学模式,使电子商务基本理论的学习、基本技能的训练与生活中的实际应用相结合。引导学生通过学习过程的成功体验,提高学习兴趣,激发学习动力,掌握相应的知识和技能。

(三) 考核与评价建议

1. 考核与评价要坚持结果评价和过程评价相结合,定量评价和定性评价相结合,教师评价和学生自评、互评相结合,使考核与评价有利于激发学生的学习热情,促进学生的发展;
2. 考核与评价要根据本课程的特点,改革单一考核方式,不仅关注学生对知识的理解、技能的掌握和能力的提高,还要重视团队合作,诚实守信等职业素质的形成;

3. 学生可以通过网络查阅资料开卷考试形式，自评考试成绩，也可进行实际上机操作考试形式，再结合技能考证。

学生评价考核表

评价项目		评价内容	评价形式	权重（%）	分值
过程性评价	学习单元评价	基本概念的理解、讨论及回答问题等表现、出勤率。	课堂表现	20	20
	学生自评	技能方法的掌握。	熟练程度	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量，项目功能及性能评价。	效果与质量	40	40
		基本概念的理解，具体方法技能的掌握。	闭卷考试	20	20
第三方评价	学生互评	团队合作能力，工作效率。	工作成果	10	10
合 计				100	100

（四）课程资源的开发与利用建议

1. 应重视现代教育技术与课程教学的整合，充分发挥计算机、互联网等现代信息技术的优势，提高教学的效率和质量；

2. 应充分利用数字化教学资源，创建适应个性化学习需求、强化实践技能培养的教学环境，积极探索信息技术条件下教学模式和教学方法的改革。制作多媒体课件、现场操作视频、微课、微电影等教学资源；

3. 充分利用实训中心，进行现场教学、实习实训、职业技能证书考证，满足对学生职业能力培养的要求。

五、其它说明

1. 本标准依据国家教育部办公厅《关于制订中等职业学校专业教学标准的意见》（教职成厅〔2012〕5号）、安徽省教育厅《关于开展中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的通知》（皖教秘职成〔2015〕45号）等相关文件要求编制；

2. 本课程标准由安徽省中高职衔接电子商务应用专业教学标准编制组集中讨论、分工编制；

3. 根据本标准，该课程教学尽可能采用先操作后理论，通过实际操作熟悉电子商务实务。

标准 IV 《图形图像处理》课程标准

一、前言

(一) 课程性质及任务

《图形图像处理》作为电子商务专业的核心课程，PhotoShop 是当今使用最为广泛的图像处理软件，广泛应用于电子商务和平面设计等领域。

本课程是理实一体化的课程，其主要内容是讲解 PhotoShop 软件的基本操作、设计技巧以及在电子商务中应用的实例。通过学习，让学生掌握 PhotoShop 软件的基本功能，并能灵活运用 PhotoShop 软件进行图片和页面的美工处理及宣传海报的设计等。

(二) 设计思路

本课程总体设计思路是以电子商务专业相关工作任务和职业能力分析为依据确定课程目标，设计课程内容，以工作任务为线索构建任务引领型课程。

课程结构以 Photoshop 的相关工作任务为课程线索进行设计，采用循序渐进的方式来组织课程内容，包括平面设计的基础理论及软件的基本操作、图形图像的分类、图形图像的处理等学习项目，项目选取的基本依据是该门课程涉及的工作领域和工作任务范围，但在具体设计过程中，以电子商务专业学生的就业为导向，根据行业专家对电子商务专业所涵盖的岗位群体进行的任务和职业能力分析，同时遵循中等职业学校学生的认识规律，紧密集合职业资格证书中相关考核内容，确定本课程的工作任务模块和课程内容。

二、课程目标

通过本课程的学习，熟悉平面图形图像处理的相关理论知识，掌握 Photoshop 软件的操作，具备图形图像的制作和处理技能，达到国家职业资格标准的相关要求，并具有诚实守信、善于沟通和合作的品质，满足学生就业和职业生涯发展的需要。在此基础上达到以下主要职业目标：

(一) 知识目标

1. 掌握 Photoshop 的基本操作、基本概念；
2. 掌握文件操作与颜色设置；
3. 掌握图像的绘图与编辑；
4. 掌握路径与图形形状的绘制；
5. 掌握图层、蒙板与通道的运用；
6. 掌握色彩校正；
7. 掌握文字输入与特效制作；
8. 掌握滤镜的运用；
9. 掌握 Photoshop 中图片的输出、打印的基本处理知识；

10. 掌握 Photoshop 综合案例实训制作。

（二）能力目标

1. 具有熟练使用 Photoshop 中各主要工具和各菜单的能力；
2. 具有对图形图像进行熟练制作和处理的能力；
3. 初步掌握计算机平面设计与创意基本要求；
4. 具备借助数字设备和软件进行简单的图形图像设计的能力；
5. 能依据实际需求设计制作简单的海报、广告作品。

（三）素质目标

1. 具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；
2. 具有良好的心理素质和职业道德素质；
3. 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；
5. 具有较强的图像处理创意思维和健康的审美意识，以及较高的艺术设计鉴赏能力。

三、课程内容与要求

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目一 Photoshop 基础知识	任务一 图形与图像 相关知识	了解 Photoshop 基础知识。 掌握图像文件的基本操作方法。	观看图形图像概念特点的视频；动画等。	1
	任务二 Photoshop 简介	掌握 Photoshop 的安装与卸载 了解 Photoshop 基础知识。 了解图像文件的基本操作方法。	现场教学，要求学生学会安装和卸载 Photoshop 及认识其新版本功能。	1
	任务三 Photoshop 的基本操作	掌握图像文件的基本操作方法。 熟悉各个工具面板的功能及如何使用帮助，掌握 PS 相关参数的设置。 熟悉软件界面，掌握界面调整方法。 掌握 Photoshop 软件的安装、启动和退出，文件的新建、打开、保存和关闭等。	现场尝试让学生进行 Photoshop 的启动与退出、Photoshop 界面组成，文件的基本操作等。	2
项目二 选区的选取 与编辑	任务一 选框工具组	了解选区的概念，掌握选框工具组创建基本方法和操作技巧。	练习矩形、椭圆和单行、单列选框工具的使用及其选项设置。	2
	任务二 套索工具组	掌握套索工具组创建选区的基本方法和操作技巧。	带动学生练习套索、多边形套索和磁性套索工具的输入与编辑、函数。	2
	任务三 魔术棒工具	掌握魔术棒工具创建选区的基本方法和操作技巧。	练习魔术棒工具的使用及其选项设置。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务四 颜色范围	掌握“颜色范围”命令创建选区的基本方法和操作技巧。	练习“颜色范围”命令的使用及其对话框设置。	2
	任务五 载入和保存选区	掌握载入和保存选区的方法。	练习并掌握创建和编辑选区的方法，以及载入和保存选区的方法。	2
项目三 图像的绘制	任务一 画笔工具组	掌握画笔工具组的设置与使用。	带动学生利用画笔绘制图像，画笔面板组的调整与设置。	2
	任务二 渐变与颜色填充	掌握渐变与颜色填充的设置与使用。	让学生掌握色标的概念，渐变与颜色填充工具选项栏的设置，并熟练使用。	2
	任务三 自由变换	掌握旋转、斜切、扭曲、透视、变形、翻转等变换命令的使用及调整，熟练掌握变换时各种辅助键的使用。	让学生练习旋转、斜切、扭曲、透视、变形、翻转等变换命令的使用及调整，以及变换时各种辅助键的使用。	4
项目四 图层应用	任务一 图层	了解图层基本概念。	播放动画视频让学生了解图层基本概念。	2
	任务二 图层的基本操作	了解图层的类型，掌握图层的新建、复制等基本操作，学会使用链接与合并、对齐和分布等命令。	练习图层的新建、复制等基本操作，使用链接与合并、对齐和分布等命令。图层模式、图层蒙版等的使用。	2
	任务三 图层混合模式	了解图层模式各选项的含义，掌握其使用技巧。	让学生练习图层各混合模式的使用技巧。	4
	任务四 图层样式	理解图层各样式的含义，掌握各样式的调整设置，并熟练使用。	让学生理解图层各样式的含义，进行各样式的调整设置练习。	4
项目五 图像的修复与修饰	任务一 修复工具	掌握修复工具组的使用和操作技巧	掌握污点修复、修复、修补和红眼工具的含义，带领学生练习各工具调整与使用。	2
	任务二 图章工具组	掌握图章工具组的使用和操作技巧。	掌握仿制图章和图案图章工具的调整与使用。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务三 橡皮擦工具组	掌握橡皮擦工具组的使用与使用。	带动学生练习橡皮擦、背景橡皮擦和魔术橡皮擦工具调整与使用。	2
	任务四 历史记录画笔工具组	掌握历史记录画笔工具组的调整与使用。	掌握历史记录画笔和历史记录艺术画笔工具调整与使用。	2
	任务五 定义图案和定义画笔	掌握定义图案和定义画笔命令的调整与使用。	熟练掌握定义图案和定义画笔的方法。	4
项目六 文字处理	任务一 特效文字	学会变形文字的制作。	文字工具各选项的含义，练习文字输入方法。	2
	任务二 变形文字	学会路径文字的制作。	练习变形文字的使用和调整。	2
	任务三 路径文字	学会文字特效的制作。	练习路径文字工具的使用和调整。	2
项目七 图像的色彩与色调调整	任务一 色彩调整	了解色彩模型、色轮等基本概念，熟悉色相、色调等相关参数设置以及区别。 熟练掌握色彩模式之间的互相转换以及色彩调整命令。	了解色彩调整相关命令，掌握色彩调整命令的设置及调整，并能够灵活运用。	4
	任务二 色调调整	了解色彩和色调调整相关命令，掌握色彩和色调调整命令的设置及调整，并能够灵活运用。	了解色调调整相关命令，掌握色调调整命令的设置及调整，并能够灵活运用。	6
项目八 蒙板与通道	任务一 快速蒙板	掌握创建和应用快速蒙板的方法。	快速蒙板的创建、编辑和调整使用。	2
	任务二 图层蒙板创建	掌握图层蒙板的创建和编辑方法。	图层蒙板的创建、编辑、应用和删除及使用图层蒙板的范围。	2
	任务三 矢量蒙板	掌握矢量蒙板的创建和编辑方法。	矢量蒙板的的创建、编辑、应用和删除等。	4
	任务四 剪贴蒙板	掌握剪贴蒙板的创建和调整方法。	剪贴蒙板的使用以及编辑和调整技巧。	2
	任务五 通道	了解 Alpha 通道与专色通道的概念，掌握创建、复制和删除通道的方法，学会使用通道分离与合并等。	通道基本概念、类型，通道的各种类型基本操作方法与使用。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目九 形状与 路径	任务一 绘制路径	学会使用钢笔工具、形状工具绘制路径,掌握路径创建、编辑和删除路径的方法,熟练使用路径选择和直接选择工具,掌握路径的选定和移动、复制等方法。	练习如何使用钢笔工具、形状工具、转换点创建、编辑和应用路径。	2
	任务二 路径与选区	掌握路径与选区相互转换及辅助键的使用。	练习如何使用路径、面板管理路径。	4
	任务三 填充路径	掌握填充路径的方法。	练习如何使用路径、面板填充路径。	4
	任务四 描边路径	掌握描边路径的方法。	练习如何使用路径、面板描边路径。	4
	任务五 形状	理解形状图层的概念,了解形状工具参数设置,掌握形状的绘制和调整方法。	利用形状工具进行参数设置,掌握形状的绘制和调整方法。	4
项目十 滤镜与 动作	任务一 液化、抽出、 图案	了解液化、抽出、图案命令的功能,并能够熟练使用。	反复练习液化、抽出、图案命令的功能及使用。	2
	任务二 常用滤镜	了解各种滤镜的含义,掌握各滤镜的设置及使用,以及外挂滤镜的相关操作。	练习各种滤镜的使用方法 & 参数设置、效果。	2
	任务三 滤镜特效	掌握滤镜特效的使用与制作方法。	使用滤镜制作滤镜特效。	4
	任务四 动作	了解动作命令,学会动作的添加和编辑使用。	使用动作和创建自定义动作。	4
课时总计				108

四、实施建议

(一) 教材编写与选用建议

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

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

3. 教材内容应在《图形图像处理》课程标准基础上有所拓展,通过实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段采用项目任务方式来组织编写,并易学、易懂、易

接受，使学生在各种活动中掌握处理图形图像的基本职业能力；

4. 教材内容要以实践性内容为主，提倡图文并茂，增加直观性，有利于引发学习兴趣，提高学习的持续性。

（二）教学建议

教师必须重视现代教学理论的学习，不断更新观念，加强图形图像制作与各课程的整合研究。

1. 充分运用项目教学法，探索在数字化教学环境下的新型教学模式，通过案例分析、演示制作与任务布置把学生引向实践。通过案例分析，拓宽思维空间，激发成就动机，使学生能主动地学习。运用小组学习、讨论、交流经验等方式深化和巩固学习内容；

2. 要注重技能训练及重点环节的教学设计。每次活动应循环渐进，技能训练既要有连续性又要有层次性；

3. 倡导多种学习方式，改善学生的学习方法，培养学生的创新精神和合作学习、研究探索的能力。

（三）教学评价

改变单一的总结性评价标准，学习评价宜以过程评价、阶段评价和目标评价相结合，注重实践性引导。

1. 过程评价。它是对学生在学习图形图像处理的态度和能力，参与度，解决问题的能力，对新技术的接受能力，与同学协作的能力，对新的应用环境的适应能力，社会活动能力；

2. 阶段评价和目标评价。它是对学生完成图形图像处理课程某一阶段学习任务的评价，对学生掌握知识和基本技能的程度进行评价。

3. 总结评价。它是对学生完成图形图像处理课程学习后的综合评价，以考核、展示、交流，对学生运用多媒体技术解决实际问题的综合能力、创新精神和实践能力进行评价。

学生评价考核表

评价项目		评价内容	评价形式	权重（%）	分值
过程性评价	学习单元评价	基本概念的理解、讨论及回答问题等表现、出勤率。	课堂表现	20	20
	学生自评	技能方法的掌握。	技能水平	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量，项目功能及性能评价。	效果和质量	40	40
		基本概念的理解，具体方法技能的掌握。	开卷考试	20	20

第三方 评价	学生 互评	团队合作能力，工作效率。	工作成果	10	10
合 计				100	100

（四）课程资源的开发和利用

1. 注重开发学生的创新意识，设计生动有创意的图像案例，激发学生学习兴趣；
2. 注重多媒体的教学环境，让学生能实际操作软件；
3. 充分利用行业资源，为学生提供阶段实训，满足学生实践和毕业实习的需要，并在合作中关注学生职业能力的发展和教学内容的调整；
4. 利用多媒体实训中心，将教学与培训相结合，教学与实训相结合，满足学生综合能力培养的要求。

五、其它说明

1. 本标准依据国家教育部办公厅《关于制订中等职业学校专业教学标准的意见》（教职成厅〔2012〕5号）、安徽省教育厅《关于开展中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的通知》（皖教秘职成〔2015〕45号）等相关文件要求编制；
2. 本课程标准由安徽省中高职衔接电子商务专业教学标准编制组集中讨论、分工编制；
3. 根据本标准，该课程教学应采用理实一体，教、学、做合一的方式进行教学。

标准 V 《电子商务与现代物流》课程标准

一、前言

(一) 课程性质及任务

《电子商务与现代物流》是电子商务专业的核心课程，本课程主要内容包括物流的概念、物流的功能与目标、影响电子商务物流系统的因素、电子商务物流系统的建立模式；配送的概念与分类、配送作业方法、配送管理与配送技术；库存控制与仓储管理；物流与配送系统的作业流程分析与设计、不同类型企业建立电子商务物流与配送系统的方案分析与设计等，具有很强的可操作性。

通过该课程的教学，使学生熟练地、系统地掌握现代物流管理基础知识、基本理论，掌握现代物流管理相关方法和技能，并能理论联系实际，培养学生的分析问题、判断问题和解决问题的能力，为以后从事相关的物流相关工作打好基础。

(二) 课程设计思路

该课程紧紧围绕工作任务完成的需求来选择和组织课程内容，以电子商务企业的物流管理相关工作岗位的任职要求和职业能力为导向，以物流企业的电子商务管理相关工作岗位的任职要求和职业能力为拓展，彻底打破原有的理论教学体系，建立工学结合教学体系，突出课程的应用性、实践性和操作性，同时遵循中等职业学校学生的认识规律，紧密集合职业资格证书中相关考核内容，确定本课程的工作任务模块和课程内容。

二、课程目标

(一) 能力目标

1. 具备运用所学理论知识对现实物流活动进行案例分析的能力；
2. 能够跟踪采购进程、组织实施采购方案、进行采购谈判；
3. 能够对供应商进行评估、分类、选择能够估算采购成本；
4. 能够根据企业生产特点选择生产物流模式；
5. 能够运用各种方法进行数据采集，能够利用 POS 系统；
6. 能够分析库存状况、制定库存管理计划、合理地控制库存；
7. 能够编制分拣、配送作业计划，能够进行配送设备、设施的维护和更新管理，能够优化配送线路。

(二) 知识目标

1. 理解电子商务与物流管理的联系及电子商务环境中物流管理的特点，熟练掌握电子商务物流的基本原理和方法；
2. 了解电子商务物流与配送系统的模式、内容、流程设计；

3. 了解 C2C 电子商务物流模式概念；了解配送中心的概念、类型；熟悉配送中心的地位、作用及功能；
4. 了解仓库、货区和货架的种类；掌握几种仓库内的布局方式；
5. 熟悉供应链主要类型、供应链管理的基本方法；
6. 熟悉交易平台在 B2B 物流中的对接作用；
7. 熟悉 B2C 电子商务物流模式选择影响因素分析，以及邮政特快专递服务、网站自建配送、第三方物流等 B2C 电子商务物流模式；
8. 熟悉电子商务环境下运输管理的基本特征、主要要求及其现实意义；
9. 熟悉配送方式的合理化选择考虑的因素及合理化的途径；
10. 掌握供应商的分类、评价和管理策略；
11. 掌握电子商务各种模式的优势和不足；
12. 掌握电子商务环境下零库存管理和智能化仓库。

(三) 素质目标

1. 增强团队协作能力；
2. 提高语言表达、社会交往和沟通能力；
3. 强化良好的职业道德和身心素质以及创新能力；
4. 培养敬业、吃苦耐劳的精神。

三、课程内容与要求

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目一 电子商务与现代物流	任务 1 电子商务基础	了解物流概念的产生与发展及定义分类；掌握物流的分类、作用。	课堂讲授、通过提问教学启发学生思考。	2
	任务 2 现代物流的基本范畴	了解物流管理的概念、现代物流管理的基本原则； 掌握现代物流管理的特点； 熟悉现代物流管理的内容。	课堂讲授与视频教学相结合。	3
	任务 3 物流与电子商务	了解物流对电子商务的作用，中国电子商务的配送需求和供给之间的差距； 理解规划和设计电子商务物流与配送系统的因素； 熟悉几种不同的电子商务配送模式，并能进行简单的电子商务物流与配送系统的模式、内容、流程设计。	先通过比较中国电子商务的配送需求和供给之间的差距，规划和设计电子商务物流与配送系统的因素，针对几种不同的电子商务配送模式，并能进行简单的电子商务物流与配送系统的模式、内容、流程设计，最后针对具体的电子商务物流与配送系统提出优化和改进的措施，可结合学生自创物流公司的情况自定。	2
项目二 电子商务物流	任务 1 物流技术概述	了解主要物流技术的应用情况； 理解现代物流技术的作用和评价标准。	要求各组模拟物流公司工作，进行各种物流技术的尝试。	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
技术	任务 2 现代物流技术介绍	了解物流技术的概念和分类； 掌握主要物流技术的含义。	教师给出模拟案例，经过小组讨论，由各小组竞争抢答。	3
项目三 电子商务下的供应链管理	任务 1 供应链管理的产生与发展	了解供应链管理思想的产生和发展过程； 熟悉供应链主要类型、供应链管理的基本方法。	需要电子商务与物流实验室及相关软件、投影仪、教师计算机各 1 台，并准备好课件和视频。	3
	任务 2 供应链管理的应用 QR	了解 QR 的定义； 熟悉成功实施 QR 的条及实施快速反应的阶段。	以工作任务为载体，让学生模拟物流公司工作，进行供应链管理流程的尝试。要求各组通过讨论，分析供应链管理应用过程。	4
	任务 3 供应链管理的应用 ECR	了解 EOS 的概念； 熟悉实施 ECR 的原则及实施 ECR 的办法。	学生一定要参与进物流公司，体验供应链管理。	4
项目四 企业采购与供应物流管理	任务 1 采购管理	了解供应物流的概念和方式； 理解采购管理的内容及战略采购的原则。	以工作任务为载体，让学生模拟物流公司工作，进行采购物流的尝试。	3
	任务 2 企业供应物流管理	理解全球采购的含义和方式； 熟悉采购的定义、流程和方式； 掌握供应商的分类、评价和管理策略。	教师模拟生产商，部分小组学生模拟供应商，部分小组学生模拟采购商，然后再角色互换。	2
项目五 电子商务物流模式	任务 1 电子商务物流模式概述	了解自营物流、共用物流、第三方物流、物流联盟等电子商务物流模式； 掌握各种模式的优势和不足； 熟悉电子商务物流模式选择对促进电子商务发展的现实意义与作用。	课堂讲授、通过提问教学启发学生思考，使学生具有基本的电子商务物流模式实际应用的现实感知。	2
	任务 2 B2B 物流模式的选择	了解 B2B 电子商务物流的概念、需求特点； 熟悉交易平台在 B2B 物流中的对接作用； 能识别企业自建物流体系模式、第三方物流模式、物流企业联盟模式、第四方物流模式等 B2B 电子商务交易平台物流运作模式。	关注电子商务物流领域的发展态势，勤于思考 B2B 等物流配送热点现象或问题。	4
	任务 3 B2C 物流模式的选择	了解 B2C 电子商务物流模式概念； 熟悉 B2C 电子商务物流模式选择影响因素分析，以及邮政特快专递（ems）服务、网站自建配送、第三方物流等 B2C 电子商务物流模式； 能够分辨网站与传统商业结合的模式以及共同配送模式。	通过实践使学生具有一定的分析 B2B/B2C 等物流模式对促进电子商务发展的逻辑思路。	4
	任务 4 C2C 物流模式的选择	了解 C2C 电子商务物流模式概念； 熟悉 C2C 电子商务物流模式选择影响因素分析； 能够分辨物流联盟模式、便利店模	结合视频教学，使学生能够结合实际情况分析 B2B/B2C/C2C 物流模式具体应用，以工作任务为载	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
		式、物流代理模式、指定或推荐物流模式等 C2C 电子商务的物流模式。	体,让学生模拟物流公司工作,要求各组(各物流公司)通过根据自身情况,选择适合的运作模式,并小组讨论。	
项目六 电子商务配送与配送中心	任务 1 配送概述	了解管理配送、配送中心、配送合理化等概念; 熟悉电子商务环境下运输管理的基本特征、主要要求及其现实意义。	课堂教学。	2
	任务 2 配送合理化	了解电子商务环境下的配送管理主要内容; 熟悉配送方式的合理化选择考虑的因素及合理化的途径。	列举几个成功的配送案例。	4
	任务 3 配送中心	了解配送中心的概念、类型; 熟悉配送中心的地位、作用及功能。	以工作任务为载体,让学生模拟物流公司工作,要求各组(各物流公司)通过进行模拟配送过程,并策划建立配送中心,并小组讨论。	3
	任务 4 配送中心规划设计	了解电子商务物流配送的运作程序; 熟悉电子商务物流配送的过程管理及基于虚拟企业的电子商务物流配送模式。	结合案例,根据配送中心的设计原则,进行配送中心的规模确定、选址和内部设施设计,时间允许的情况下能够构造出小样和撰写策划书。	4
项目七 仓储管理与库存控制	任务 1 仓储管理	了解仓库、货区和货架的种类; 掌握几种仓库内的布局方式。	通过仓储管理视频导入,然后到现代仓储实训室进行正式的操作实训。	3
	任务 2 库存控制	了解联合库存管理; 熟悉保管原则; 掌握电子商务环境下零库存管理和智能化仓库。	以工作任务为载体,让学生模拟物流公司工作,要求各组(各物流公司)通过进行模拟仓储管理与库存控制,并小组讨论。	4
项目八 物流服务与成本管理	任务 1 物流服务与成本管理的关系	了解企业物流服务水平的确定。	课堂教学与视频教学相结合。	3
	任务 2 物流服务管理	了解物流服务管理流程; 理解物流服务管理原则。	教师先举几个案例,要求各组(各物流公司)通过根据自身情况,选择适合的物流服务与成本管理模式。	3
	任务 3 物流成本管理与控制	理解物流服务与成本管理目标的二律背反。	以工作任务为载体,让学生模拟物流公司工作,要求各组(各物流公司)通过根据自身情况,选择适合的物流服务与成本管理模式,并小组讨论。	3
课时总计				72

四、实施建议

（一）教材编写与选用建议

1. 教材编写应以本课程标准为基本依据，合理安排教学内容，内容注重可操作性，可根据电子商务专业不同教学模式结合学校实训设备编写相应校本教材；

2. 应体现以就业为导向、以学生为本的原则，将电子商务物流的基本原理与生产生活中的实际应用相结合，注重实践技能的培养，注意反映电子商务环境下物流的新进展、新观念和新动向；

3. 应符合中职学生的认知特点，提供实习实训指导书、微课、精品课程、课件、电子教案等满足不同教学需求的教材及数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

（二）教学方法与手段建议

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

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

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

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

5. 教师应以本课程标准为指南，结合教材和电子教案，采用启发式、讨论式教学，培养学生思考问题、分析问题、解决实际问题的能力。

（三）考核与评价建议

1. 考核与评价要坚持结果评价和过程评价相结合，定量评价和定性评价相结合，教师评价和学生自评、互评相结合，使考核与评价有利于激发学生的学习热情，促进学生的发展；

2. 考核与评价要根据本课程的特点，改革单一考核方式，不仅关注学生对知识的理解、技能的掌握和能力的提高，还要重视规范操作、安全文明生产等职业素质的形成，以及节约能源、节省原材料与爱护工具设备、保护环境等意识与观念的树立；

3. 结果考核方式以理论知识和案例相结合的方式进行考核，理论知识和案例以普通纸质试卷的形式进行，力求涵盖该课程的重点知识，考核全面。

学生评价考核表

评价项目		评价内容	评价形式	权重（%）	分值
过程性评价	学习单元评价	基本概念的理解、讨论及回答问题等表现、出勤率。	课堂表现	20	20
	学生自评	技能和学习方法的掌握。	学习态度	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量，项目功能及性能评价。	调查报告 策划方案	40	40
		基本概念的理解，具体方法技能的掌握。	闭卷考试	20	20
第三方评价	学生互评	团队合作能力，工作效率。	工作成果	10	10
合 计				100	100

（四）课程资源的开发与利用建议

1. 注重实验实训指导书和实验实训标准的开发和应用。
2. 充分利用挂图、幻灯片、投影片、录像带、视听光盘、多媒体软件、电子教案等资源创设形象生动的工作情境，激发学生的学习，促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高资源利用效率；
3. 结合电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网络信息资源，使教学媒体从单一媒体向多种媒体转变。

五、其它说明

1. 本标准依据国家教育部办公厅《关于制订中等职业学校专业教学标准的意见》（教职成厅〔2012〕5号）、安徽省教育厅《关于开展中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的通知》（皖教秘职成〔2015〕45号）等相关文件要求编制；
2. 本课程标准由安徽省中高职衔接电子商务专业教学标准编制组集中讨论、分工编制。

标准 VI 《网店运营推广》课程标准

一、前言

(一) 课程性质及任务

《网店运营推广》是电子商务专业方向课程之一，基于网店运营的工作过程设计，从店铺定位、注册开店、发布商品、装饰店铺、交易管理、售后服务、网店推广的流程设计教学内容，本课程的学习强调实战化，所有教学项目基于淘宝网或者拍拍网等电子商务平台开展。因此，本课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义，主要服务于电子商务领域以下工作岗位。

通过本课程学习培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，能做到完成课程的同时便初步成为了一名拥有自己网上店铺的网商。

(二) 课程思路

该课程培养学生从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户、供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

本课程工学结合项目：在网络店铺第三方平台（如淘宝、易趣等）设置能够实际经营的网店并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立操作网络商业店铺并建立交易客户群。共设置 9 个教学项目，每个项目以能完成某项工作岗位任务为目标，一个项目又分解成多个技能学习训练单元。课程内容组织重点突出对目标职业能力的训练，理论知识的选取则紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，既要满足中职教育对职业技能要求，又要考虑兼顾相关理论知识学习，还要兼顾相关职业资格证书考证所需知识与技能的学习。

二、课程目标

(一) 能力目标

1. 能够利用相机拍摄商品图片，利用图片处理软件处理产品图片；
2. 能够熟练使用产品发布时所用的各类软件；
3. 能够在 C2C 环境下熟练进行产品的发布和管理；
4. 能够进行初期策划；
5. 能够绘制网站开发流程图；
6. 能够在 BtoB 环境下熟练进行供求信息发布和管理。

(二) 知识目标

1. 掌握网络技术基本知识;
2. 掌握 Photoshop 和 Fireworks 的基本操作;
3. 熟练掌握软件下载和安装方法;
4. 熟练掌握网上商品发布和交易管理操作方法;
5. 熟悉商品拍摄和图片处理知识。
6. 掌握售后服务技巧;
7. 掌握网店信息管理、供求信息管理;
8. 掌握 BtoB 网上销售与推广知识。

(三)素质目标

1. 诚信经营，遵守法纪;
2. 具备突破陈规、诚信创造的意识;
3. 拥有良好心态，能合理调节创业心理压力;
4. 具备团队合作意识和领导管理能力。

三、课程内容与要求

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目一 店铺定位	任务 1 选择产品	了解如何锁定目标消费层 及确定商品价格，有目标性地选择产品； 能够根据自己的兴趣和经验，从几类产品中选择要经营的产品。	组织学生针对自己的喜好与实际情况，结合充分的市场调查，请你为自己的网店选择好经营的产品种类，并提交详细的实施方案。	3
	任务 2 选择进货渠道	了解网上开店的一般进货渠道； 掌握分析价格低廉的进货渠道的方法； 能够根据自己选定产品的特点以及自己的优势，确定进货渠道。	组织学生根据自己选定产品的特点以及自己的优势，确定进货渠道并提交方案。	3
	任务 3 制定价格	了解成本导向定价法、竞争导向定价法、需求导向定价法、质量导向定价法、拍卖、明码法等一般定价技巧； 掌握按照定价步骤制定价格； 能够根据进货渠道，精确计算选定产品的成本，查目标顾客所能接受的价格范围，搜索同行网店竞争对手的价格并，最终确定所选产品的价格。	组织学生运用所学的定价技巧，为自己的商品制定合理的价格。	5
项目二 注册开店	任务 1 开通网上银行	了解网上银行的开通流程； 掌握用户名、密码、数字证书等网银安全知识； 能够开通数字证书。	请学生为自己的网店取一个店名，开通网上银行并选择一个 CtoC 平台进行注册开通你的网店。	3
	任务 2 起店名	了解网店取名的一般遵守原则； 掌握借名生辉法、借典脱俗法、借用商品特色、投其所好、巧用数字等网店取名的一般方法； 能够独立进行网店取名。	请学生根据网店取名的一般原则，为自己的店铺取名。	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务 3 免费注册	了解 CtoC 平台注册网店 需准备的材料; 熟悉注册网店的流程; 能够自己注册网店。	组织学生找到一个 CtoC 平台, 注册一个自己的网店。	3
项目三 发布商品	任务 1 商品图片美化	了解商品图片美化的意义; 熟悉图片处理的基本工具; 掌握 Photoshop 图片处理软件的使用; 能够使用“光影魔术手”图片处理软件给图片加入水印和添加花样边框, 会使用“光影魔术手”的曲线功能。	组织学生运用学到的图片处理知识, 将自己商品图片进行美化后一一将商品上传到自己的网店。	6
	任务 2 商品标题确定	了解利用关键词对宝贝取名的重要性; 熟悉网店的关键词选择技巧; 能够利用特价、促销等吸引消费者眼球的词汇及换位思考等技巧为宝贝取名。	运用商品取名技巧给商品取名字。	3
	任务 3 商品描述	了解商品描述模板选择; 熟悉进行详细的商品文字描述的内容及注意事项; 掌握在商品描述中加入相关推荐产品的方法。	结合技能训练环节, 运用商品描述模板, 对商品进行详细的文字描述。	3
	任务 4 分类商品发布	了解商品分类的重要性; 熟悉分类商品发布的流程和方法; 能够在店铺使用免费分类模板进行分类商品发布。	结合技能训练环节, 运用分类模板, 为你的店铺进行分类商品分布。	3
项目四 装饰店铺	任务 1 店铺版面设置	了解店铺装饰基调的重要性; 掌握装修主色调选择的原则和方法; 熟悉利用不同色彩的心理效果和装修色彩搭配技巧搭配店铺颜色的方法; 能够根据自身爱好和产品类型, 选准店铺装修基调。	结合技能训练环节, 请学生根据所经营店铺的产品类型和学生的爱好, 选择店铺装修基调并根据店铺装修基调, 搭配店铺颜色配置, 把店铺装修好。	4
	任务 2 个性动态店标	熟悉 Ulead GIF Animator 软件的使用方法; 掌握个性动态店标的制作步骤和方法; 能够运用图片处理软件制作个性动态店标。	组织学生下载图片处理软件 Ulead GIF Animator 或 Photoshop 并进行安装, 运用该软件设计自己的个性动态店标。	3
	任务 3 店铺签名档及个人头像设置	了解签名档的制作方法; 掌握开店的 CtoC 平台上设置个人头像的方法; 能够设计自己的签名档或运用相关软件制作个性签名档和头像。	结合学生自己喜好和产品特色, 设置好店铺签名档和个人头像。	3
	任务 4 店铺公告	了解利用 Photoshop 软件制作店铺公告图片的过程; 熟悉店铺公告信息的键入和动画制作的方法; 能够设置店铺公告代码。	结合多媒体教学, 采用制作店铺公告图片和复制店铺公告代码这两种方式为你的店铺设置店铺公告。	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目五 交易管理	任务 1 交易洽谈	熟悉网上交易洽谈的概念； 掌握网上交易洽谈的方法和注意事项； 能够进行网上交易洽谈。	课堂提问，学生交流网上交易洽谈经历。	3
	任务 2 合同签订	了解合同在电子商务活动中的意义； 熟悉书面合同与电子合同的概念及区别； 掌握电子商务合同的签订方法及签订电子合同的要点和注意事项； 能利用网络进行电子商务合同的签订。	组织学生分组进行角色扮演，进行网上电子合同签订。	3
	任务 3 支付管理	了解电子支付的概念及作用； 熟悉电子银行概念及电子支付工具； 掌握电子支付的支付方法； 会利用各种电子支付工具进行网上支付。	结合多媒体教学，让学生掌握电子支付的支付方法，指导学生尝试电子支付工具进行小额网上支付。	3
	任务 4 商品配送	了解物流在电子商务中的作用； 熟悉商品配送的作用及主要方法； 掌握商品配送的具体方法及流程； 能对客户购买的商品进行商品配送。	在实训室进行软件模拟训练，让学生掌握商品配送的具体流程及操作方法。	3
项目六 售后服务	任务 1 投诉处理	了解客户容易投诉的问题及处理； 掌握网上投诉处理的应对方法； 熟悉易投诉或产生纠纷的问题及其处理建议； 能够建立良好的客户关系。	组织学生用搜索引擎搜索一份免费的客户关系管理软件，下载并应用，以 3 位同学的个人资料作为客户原始资料进行操作管理，必须包括以下内容：输入客户详细信息，向客户发送商品打折提示信息，向其中一位客户发送生日祝福。	3
	任务 2 处理商品纠纷	了解发生商品纠纷的买家对卖家提供的商品不满等几种情况； 掌握预防发生商品纠纷的措施； 熟悉商品纠纷的处理建议。	组织学生在实训室进行软件模拟训练，在网店中对某个商品做出准确详细描述，包括商品规格数据、有效期或保质期、买方可能存在的期望差异等，同时从多角度、细节处理、独立性考虑发面上传恰当的图片，分析网店里商品的优势和劣势，并提出改进建议。如认为无须改进，则给出合理的理由。	3
	任务 3 处理物流纠纷	了解货物延迟送达、货物发生破损、货物丢失，实际到货数量与订购数量不符等几种物流纠纷情况； 掌握预防发生物流纠纷的措施；熟悉物流纠纷的处理建议。	组织学生在实训室进行软件模拟训练，集中网店中获得的中评和差评，分析出哪些是买家对物流环节产生的不满，并提出解决方案，同时找出个人网店中对物流环节疏忽的地	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
			方，提出改进建议并及时加以改进。	
	任务 4 处理服务 纠纷	了解买家认为卖家服务态度不好、答复不及时、卖家没有提供专业的售后服务，如技术问题等几种服务纠纷情况； 掌握预防发生服务纠纷的措施； 熟悉物流纠纷的处理建议。	组织学生在实训室进行软件模拟训练，请学生针对网店经营的商品，找出客户容易提出异议的不足点，提出应该采取何种方式给予客户贴心提示，并将方案做出，显示在所经营的网店内。	3
项目七 网店推广	任务 1 BBS 及搜索引擎推广	了解运用 BBS 论坛和搜索引擎推广网店的重要性； 掌握到与网店经营话题相关的 BBS 论坛发帖推广店铺及运用搜索引擎发布网店信息的方法； 熟悉运用 BBS 论坛和搜索引擎应注意的问题； 能够在 BBS 论坛和 Google、Yahoo 等搜索引擎上推广网店。	学生在网上搜索一个人气较旺的 BBS 商业论坛，将你的网店信息或你总结的经营经验发布出去，在网上搜索一个免费推广的搜索引擎，将网店信息发布到搜索引擎内，并在发布后，通过所设置的关键词进行搜索，并将搜索结果截图保存。	3
	任务 2 邮件群发及博客推广	了解运用邮件群发功能和博客推广网店的重要性； 掌握利用邮件群发功能推广店铺和博客推广网络店铺的方法； 熟悉运用邮件群发功能和博客应注意的问题； 能够利用 Email、超级邮件群发机软件向目标用户传递有价值信息； 能够利用新浪，搜狐等知名度高的博客平台推广网店。	学生自己利用搜索引擎到免费资源网站下载“超级邮件群发机”软件，根据本书内容进行设置并添加 3 个以上邮件列表，编写一封邮件，发送给所有列表中的联系人，要求最后显示状态为“成功”。	3
	任务 3 人脉推广及友情链接	了解运用人脉推广及友情链接推广网店的重要性； 熟悉交换友情链接的过程； 掌握利用人脉推广及友情链接推广网店的方法，能够通过 QQ、加群、自建群、线下活动推广网店。	组织学生策划一个线下活动，以班级为单位组织实施，要求在活动中留下全班同学的 Email、电话、网店地址等联系方式，同时写出你此次活动的心得，给你印象最深的人和事。	3
	任务 4 买广告位	了解网络广告的一般特征； 熟悉网络广告的类型和 CPM、CPT、时间费率等计费方式； 掌握网上买广告位的方法和注意事项。	让学生自行尝试寻找广告商，查询对方报价，并据此制定一个本网店广告投放计费方案，小组讨论最佳组合计费方式，制作方案说明书。要求：必须至少选择两种计费方式。搜索一个第三方广告推广平台，注册并操作针对网店	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
			的广告位购买过程。要求最终效果必须达到能够在网站页面看到广告。	
	任务 5 赠品或节日促销	了解赠送对于促进尝试性购买以及迅速建立知名度等的作用； 掌握策划节日促销活动的方法； 能够制定合理的赠送或节日促销方案，以获得更好的推广效果。	安排技能训练，策划一个最近节日的促销活动，要求活动内容符合节日主题，活动形式可以自行选定。要求将活动挂到自己经营的网店，并且提交成本预算，同时提交详细的预期收益目标。检查核算活动效果，是否将成本控制在预算范围内，同时是否达到预期利润目标。总结本次活动的得失，写出总结报告。	3
项目八 BtoB 网站策划	任务 1 BtoB 网站定位	了解电子商务、国际贸易发展的趋势，以及未来两年 BtoB 网站发展前景及发展方向； 掌握以国际贸易交流互动为特色的综合电子商务平台、国际贸易信息交流和资讯平台（BtoB 与 2.0 结合）、国际贸易活动组织平台（英文版会展垂直搜索）、电子商务展示和交易平台的定位目标；熟悉信息流、政府资源、线下服务、会展活动相结合的服务平台的定位目标。	以阿里巴巴作为对象，深入分析和研究该网站的服务定位，确定其盈利点与其定位有何联系。在网上搜索其他的国际 BtoB 网站，研究其服务定位，找出与阿里巴巴的不同点。	4
	任务 2 确定为客户提供的服务	了解客户投资机会分析、客户发展现状及能力调查、行业政策分析的方法；熟悉线上服务、线下服务、外包和托管等有偿服务的内容；掌握 BtoB 网站基本服务的流程； 能够确立网站的基本服务和有偿服务内容，并根据不同的客户群提供不同的服务方式。	调查阿里巴巴向客户提供的基本服务和有偿服务，调查这些服务的客户满意度，分析不同类型的客户对不同服务的满意度情况。	4
	任务 3 网站盈利模式及主要盈利点	了解网站盈利模式确立的依据；熟悉网站盈利模式的主要风险；掌握目前大型企业自建 BtoB 电子商务网站及第三方电子商务平台两种国内 BtoB 电子商务模式的主要盈利点选择； 能准确找到合适的网站盈利点，规避盈利模式的风险； 能根据网站的运营情况确立合适的网站的中长期规划和阶段性目标。	以班级为单位组织同学分别撰写网站营销策划书，要求在策划书中写出网站盈利点的选择及选择依据，并明确中长期规划和阶段性目标。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目九 BtoB 网站的推广	任务 1 推广与营销模式选择	了解网站推广的内容和方式；熟悉强势推广型、用户培育型、用户自助型、D2D 服务型、垃圾邮件型等营销模式；掌握以线上推广为主、辅以活动、电话等方式进行网站推广的技巧；能够根据实际情况选择合理的推广方式和营销方式。	在 B2B 服务网站上建立一个企业帐户，发布企业信息及相关产品信息，利用搜索引擎和合适的营销模式将企业推广出去。	4
	任务 2 投资回报率与成本控制	了解投资回报率与风险的关系；熟悉成本控制的内容和基本原则；掌握商铺投资收益率四种算法；能够在投资之前计算出投资回报率，根据投资回报率的影响因素提高投资回报率，较好的做到成本控制。	组织学生尝试从客户的角度出发，分析 BtoB 网站如何提高用户的投资回报率，根据成本控制的知识，结合实际说说如何在 B2B 交易中控制交易成本。	5
课时总计				108

四、实施建议

（一）教材编写与选用建议

1. 应突出对学生技能的培养，以岗位职业能力分析为基础，结合课程内容采用有利于职业能力培养的中职精品教材，鼓励教师结合实际教学需要，灵活地和有创造性地选用教材，或根据电子商务专业不同教学模式结合学校实训设备编写相应校本教材；

2. 教材应充分体现任务引领，引入必须的理论知识，增加实践操作内容，强调理论在实践过程中的应用；

3. 应符合中职学生的认知特点，提供实习实训指导书、微课、精品课程、课件、电子教案等满足不同教学需求的教材及数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

（二）教学方法与手段建议

1. 以课时为单位分解工学单元内容，确定工学单元活动，教师指导学生实施工学单元内容，检查学生成果，工学单元实施负责人分阶段对学生的工学单元实施情况进行检查。教师组成的工学教学团队对工学单元实施的效果进行评价，包括评价的方式、时间和地点。然后按照预先设定的规程对学生提交的工学单元实施成果（产品、方案、演示等）进行评分，并汇总形成每个学生工学单元成绩表，学生签名确认后由工学单元实施负责人审定；

2. 按照中职教育特点积极探索行之有效的教学方法，并以学生为主体，综合考虑知识、技能、态度、素质四个能力要素，合理规划教学内容、科学设计教学方法和考核方式，提高学生学习的积极性和趣味性。在课程组织实施上，大力实践“就业导向”的技能型教学模式，积极推进“教、学、做”一体化。教学方法主要以分组协作法、角色扮演法、情景模拟教学法为主，以叙述教学法、启发布教学法、诱导法

等其他教学方法为辅，已完全做到争对不同教学环境、不同学习对象选择合理的教学方法；

3. 充分利用多媒体教学手段，合理运用现代教育技术等多元化教学手段，开展多种形式教学，让学生在“看、听、说、做”中学习，加深对所学知识的理解和运用，充分激发学生的学习兴趣，提高教学效果；

4. 通过网络将课堂教学延伸到课外，自行开发网店运营推广学习网站，把教学课件、教学录像、漫画场景问答，网络测试、教学论坛、考证辅导、习题案例等教学资源放到网上，提供了丰富的网络学习资源和师生交流环境，突破了时空限制，促进学生的自主学习和研究型学习。

（三）考核与评价建议

1. 课程考核不仅注重对学生进行专业知识，还注重对学生的岗位技能、职业素质及学习能力的考核。课程考核主要由“理论知识+岗位技能+职业素质”三部分构成，理论知识的考核主要以试卷等考试的形式进行，岗位技能以学生为完成某一岗位工作任务的形式进行，职业素质的考核主要以学生在工学结合中的表现的合作精神、敬业精神等为标准。考核方式重视实践能力考核，注重考核对职业能力培养的引导；

2. 强调目标评价和过程评价相结合，注重作业过程、方法步骤的正确性，加强实践性教学环节的考核，注重平时成绩记录；

3. 建立职业能力综合评价体系，以目标水平为主，阶段成绩为辅，结合课外作业、学习态度以及本人课程学习中职业技能的提高程度进行综合评价。

学生评价考核表

评价项目		评价内容	评价形式	权重（%）	分值
过程性评价	学习单元评价	基本概念的理解、讨论及回答问题等表现、出勤率。	课堂表现	20	20
	学生自评	技能方法的掌握。	技能水平	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量，项目功能及性能评价。	效果和质量	40	40
		基本概念的理解，具体方法技能的掌握。	开卷考试	20	20
第三方评价	学生互评	团队合作能力，工作效率。	工作成果	10	10
合 计				100	100

（四）课程资源的开发与利用建议

1. 结合电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网络信息资源，使教学媒体从单一媒体向多种媒体转变；

2. 充分利用挂图、幻灯片、投影片、录像带、视听光盘、多媒体软件、电子教案等资源创设形象生动的工作情境，激发学生的学习，促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高资源利用效率；

3. 充分利用实训中心，进行现场教学、实习实训、职业技能证书考证，满足对学生职业能力培养的要求。

五、其它说明

1. 本标准依据国家教育部办公厅《关于制订中等职业学校专业教学标准的意见》（教职成厅〔2012〕5号）、安徽省教育厅《关于开展中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的通知》（皖教秘职成〔2015〕45号）等相关文件要求编制；

2. 本课程标准由安徽省中高职衔接电子商务专业教学标准编制组集中讨论、分工编制。

3. 本课程标准所列的总学时及项目学时为建议学时，可以根据具体情况作适当调整。

标准 VII《网页制作》课程标准

一、前言

(一) 课程性质及任务

本课程是中等职业学校电子商务专业的一门核心课程。其任务是以 DreamWeaver 系列软件为载体，主要介绍网页设计的基本技术，主要内容包括：网络基本概念、创作网页的基本技术和工具的使用、网页元素（如超级链接、表格、多媒体、组件、表单）的编辑、网页样式的设计、网站视图及站点管理、发布等内容。使学生具备从事电子商务网站开发、网页编辑、电子商务广告设计等工作的相应技能。培养学生具备良好的职业素养，毕业后可以胜任电子商务运营、网页美工设计等工作岗位。

(二) 设计思路

本课程总体设计是以工作任务为导向。通过走访企业及到企业中实习等实践活动，分析计算机及相关专业的工作任务和职业能力，并以实践所得为依据，来确定本课程的工作任务和课程内容。课程结构以网页设计与制作的相关任务引领为框架，将课程按照递进式的方式设计成教学模块，并以模块为单元组织教学，使学生由浅入深，由点到面地全面掌握网页设计与制作的专业知识和专业技能。

二. 课程目标

通过本课程的学习，培养学生严谨的科学态度和团队协作精神，使学生树立知识产权意识，能够遵守社会公共道德规范和相关法律法规，自觉抵制不良信息，依法进行信息技术活动。同时，在专业技能方面，通过本课程的模块教学，熟悉网页设计与制作的基础知识和基本流程；掌握网页中基本元素的编辑和应用；掌握网页排版布局及网页美化的方法。

(一) 知识目标

1. 掌握网页设计基础知识，基本概念；
2. 了解网页设计的发展概况, 熟悉网页设计的常用术语；
3. 掌握网页基本元素的编辑和应用；
4. 掌握网页中表格的编辑应用；
5. 掌握元素和表单元素的应用；
6. 掌握网页中层和行为的应用；
7. 掌握网页中 CSS 样式应用；。
8. 网页中框架的应用；
9. 网页模板和库的应用。

(二) 能力目标

1. 具备网站所需信息素材的收集和加工处理的能力；

2. 能独立设计主题鲜明、内容完整、技术运用适当的网站；
3. 能用 CSS 样式美化网站，使整个网站美观大方、色彩和谐；
4. 能用图形软件绘制网页图形，并在 Dreamweaver 中完善网页；
5. 具备初步的网站开发、维护和管理能力；
6. 能跟踪学习应用本专业的新技术和新技术。

（三）素质目标

1. 具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；
2. 具有良好的心理素质和职业道德素质；
3. 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；
5. 具有较强的网页设计创意思维和健康的审美意识，以及较高的艺术设计鉴赏能力。

三、课程内容和要求

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目一 网页设计基础知识	任务一 了解网页设计的发展概况, 熟悉网页设计的常用术语	了解网页设计的发展概况、熟悉网页设计的常用术语。 了解网页设计软件概况, 熟悉网页设计的基本流程。	观看视频, 了解最新网页设计信息。	2
	任务二 安装并启动 Dreamweaver 软件	掌握 Dreamweaver 软件的安装。 熟悉网页设计软件。	观察老师动作, 自己尝试安装操作。	2
	任务三 熟悉 Dreamweaver 软件的界面构成	熟悉网页设计软件 Dreamweaver 的特点和界面构成。	观察软件界面。	2
	任务四 创建、管理本地站点。	掌握创建本地站点的方法。	指导学生创建本地站点。	2
	任务五: 新建、保存、打开、关闭网页文档	掌握网页文档的基本操作。	指导学生进行网页文档操作。	2
项目二 网页基本元素的编辑和应用	任务一 制作纯文本网页,	掌握网页中文本的编辑和应用。	指导学生用网页内容做自我推介。	4
	任务二 制作一个图文并茂的网页	掌握网页中文本的编辑和应用。 掌握网页中水平线和日期的应用。 掌握网页中图像的编辑和应用。	指导学生进行“现代诗”网页制作训练。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务三 将站点内的多个网页链接起来,使网页浏览畅通无阻	掌握文本链接的创建和应用。 掌握图像及图像热区链接的创建。	指导学生进行文本和图像及图像热区链接的创建和应用。	4
	任务四 综合练习 制作“唐诗网”	掌握文本链接的创建和应用。 掌握图像及图像热区链接的创建。 掌握锚点链接、电子邮件链接的创建和应用。	指导学生练习网站的四个网页组成,分别是:首页、唐诗综述、诗人介绍、佳句欣赏,各页面之间通过导航条链接。	4
项目三 网页中表格的编辑应用	任务一 用表格布局制作网页	掌握网页中表格的创建方法。 掌握表格的基本操作。	指导学生进行“奥运奖牌榜”表格的创建等操作。	4
	任务二 给定素材,表格布局制作	掌握网页中表格的创建方法。 掌握表格的基本操作。 掌握表格、单元格属性的设置。 掌握表格的嵌套方法。	1. 练习如何制作“童真 童趣”网页 2. 指导学生进行表格布局制作“百合”网页。	4
	任务三 表格综合练习	掌握网页中表格的创建方法。 掌握表格的基本操作。 掌握表格、单元格属性的设置。 掌握表格的嵌套方法。 能用表格布局图文并茂的网页。	指导学生制作“全运会”网站,网站有四个网页组成。给定素材和要求,学生按要求制作网页。要求页面用表格布局,图文并茂、美观大方,页面之间链接畅通。	4
	任务四 综合练习	掌握网页中表格的创建方法。 掌握表格的基本操作。 掌握表格、单元格属性的设置。 掌握表格的嵌套方法。 能用表格布局图文并茂的网页。	指导学生制作“上海旅游”网站,网站主要介绍上海的吃、购、娱等风土人情。网站由学生上网收集、处理素材,自行规划设计网页布局。要求网页布局合理,图文并茂、色彩和谐、美观大方。	4
项目四 元素和表单元素的应用	任务一 制作一个含有FLASH动画的网页	掌握网页中Flash动画的插入和应用。 掌握Flash按钮、Flash文本插入和应用。	给定素材,指导学生制作一个含有FLASH动画的网页。	4
	任务二 制作一个含有表单元素的页面。	掌握网页中Flash动画的插入和应用。 掌握Flash按钮、Flash文本插入和应用。 掌握网页视频文件的插入和应用。	给定素材,指导学生制作一个含有表单元素的“用户注册”页面。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务三 综合练习	掌握网页中 Flash 动画的插入和应用。 掌握 Flash 按钮、Flash 文本插入和应用。 掌握网页视频文件的插入和应用。 掌握网页中表单元素的插入和应用。 能制作含有表单元素的网页。	指导学生制作“时尚服饰”网，网站有五个网页组成，一个是 Flash 动画引导页，并通过 Flash 文本链接到主页。各网页之间通过 Flash 按钮导航条链接。网页中分别含有动画、音频、视频等多媒体元素。网页布局合理、美观大方、链接畅通。	4
项目五 网页中层和行 为的应用	任务一 用层布局制作一个简单网页	掌握网页中层的创建和属性设置。 能用层布局简单网页。	给定素材，指导学生进行层的操作。	2
	任务二 制作一个带特效的网页	掌握网页中层的创建和属性设置。 能用层布局简单网页。 理解行为的概念和意义。	给定素材，指导学生用“层的显示和隐藏”行为制作一个带特效的网页。	4
	任务三 为页面添加“打开浏览窗口”等行为	掌握网页中层的创建和属性设置。 能用层布局简单网页。 理解行为的概念和意义。 会用“时间轴”制作浮动广告。	指导学生用“时间轴”制作浮动广告。	4
	任务四 层和行为综合练习	掌握网页中层的创建和属性设置。 能用层布局简单网页。 理解行为的概念和意义。 会用“时间轴”制作浮动广告。 掌握“层的显示和隐藏”等行为的应用。	指导学生制作“电影频道”网站，网站有五个网页组成，网站首页面含有时间轴制作的浮动广告，网站用弹出式菜单作导航。要求网页布局美观大气。	4
项目六 网页中 CSS 样式应用	任务一 制作一个纯文本的网页	理解 CSS 的基础知识。 掌握创建 CSS 样式的方法。	指导学生制作一个纯文本的网页，用 CSS 设置大标题、小标题、正文文本的样式制作。	4
	任务二 表格布局	理解 CSS 的基础知识。 掌握创建 CSS 样式的方法。 掌握设置 CSS 属性的方法。	指导生制作一个“图文并茂”网页，用 CSS 设置文字、图像、表格、背景的样式。	4
	任务三 制作一个网页	理解 CSS 的基础知识。 掌握创建 CSS 样式的方法。 掌握设置 CSS 属性的方法。 会编辑 CSS 样式文件。 能用 CSS 设置文本、图像、表格、背景等的样式。	指导学生制作一个含有文字链接的网页，用 CSS 设置链接的样式。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务四 综合练习	理解 CSS 的基础知识。 掌握创建 CSS 样式的方法。 掌握设置 CSS 属性的方法。 会编辑 CSS 样式文件。 能用 CSS 设置文本、图像、表格、背景等的样式。 能用 CSS 设置超链接的样式。	指导学生制作“今日新闻”网，要求网站有五个网页组成。各页面均用 CSS 设置标题文字、正文文字，用 CSS 设置图像、链接、表格、背景等网页元素的样式。要求网页美观大方，色彩和谐。	4
项目七 网页中框架的应用	任务一 创建框架	理解框架的概念和意义。 掌握框架页面的创建方法。	指导学生创建框架网页，并学会保存框架。	2
	任务二 设置框架和框架集	会设置框架和框架集的属性。	指导学生进行设置框架和框架集的属性。	2
	任务三 链接的创建和应用	掌握框架中超链接的创建。	练习框架页面中链接的创建和应用。	2
	任务四 框架综合练习	会设置框架和框架集的属性并掌握框架中超链接的创建。	制作“中职教育网”，给定素材，学生按要求制作网站。网页是由上方固定，下方固定，中间嵌套左右两栏的框架集构成，该框架集含有四个子框架。要求网页布局合理、色彩谐调，导航畅通。	4
项目八 网页模板和库的应用	任务一 创建一个简单的网页模板	理解模板的定义及意义。 掌握创建网页模板的方法。	指导学生反复练习如何创建网页模板。	2
	任务二 网页转换	能用模板创建多个网页。	指导学生将现有的网页转换为模板。	2
	任务三 制作网页模板	掌握库的创建和应用方法。	指导学生制作“驴友俱乐部”网页模板，并由该模板建立多个网页。	2
	任务四 修改网页模板	掌握库的创建和应用方法，并能用 PS 绘制网页图，并在 DW 中完善网页。	指导学生修改“驴友俱乐部”网页模板，从而修改由该模板创建的所有网页，提高网页制作效率。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务五 用 PS 绘制“职业教育网”主页图	掌握库的创建和应用方法，并能用 PS 绘制网页图，并在 DW 中完善网页。	指导学生用 PS 绘制“职业教育网”主页图，切片保存为 web 格式，并在 Dreamweaver 中调整、完善网页。	4
课时总计				108

四、实施建议

（一）教材编写与选用建议

1. 本课程教材选用应以任务引领和职业能力培养为依据，遵循“任务驱动式”教学模式。教材文字精炼，案例丰富，实用性强。教材最好是有配套的实训内容，来加强学生操作技能和应用能力的培养；

2. 选用教材内容应凸显层次性、应用性、实践性的特征。要将网页设计与制作的新知识新技术纳入教材，要能跟踪现实中最新的技术和技能；

3. 如果选用不到适合的教材，也可以组织经验丰富的教师按照教学要求，编写适合本校学生学习的校本教材；

4. 教材编写强调理论与实践相结合，按教学模块组织编写内容。通过一个个教学任务，加深理论概念的理解，并带动应用程序的熟练操作。使学生在完成任务的过程中掌握专业知识和技能，同时培养学生发现问题、分析问题并解决问题的能力。

（二）教学建议

1. 采用“理实一体、任务驱动”的教学模式；

2. 充分运用多媒体教学手段，直观演示教学内容，同时学生一人一台电脑边学边练，上机操作每一个教学实例，完成每一个教学任务；

3. 通过组织课题讨论，浏览、赏析互联网上的公司企业网站，拓宽思维空间，激发成就动机，使学生更能主动地学习。运用小组学习、讨论、交流经验等方式深化学习内容；

4. 要注重技能训练及重点环节的教学设计。每次教学活动应使学生上一个阶梯，技能训练既要有连续性又要有层次性；

5. 可根据工作任务的需要分别安排师资，教授网页三剑客中的各部分内容，从而充分发挥教师的特长。同时充分利用网络资源，将抽象内容形象化，提高学生学习的趣味性，从而提高教学效果和质量。

（三）教学评价

1. 根据本课程的具体情况和特点，坚持总结性评价和过程性评价相结合，定量评价和定性评价相结合，坚持教师评价和学生自评、互评相结合的原则；

2. 在考核与评价过程中，重点考核学生灵活运用专业知识的能力。考核学生利用所学知识分析问题、解决问题的能力。考核学生对本专业新知识、新技术的跟踪和接

受能力；

3. 在考核与评价过程中，重点关注学生的学习态度和课堂表现。坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式，养成良好的学习习惯及专业文化素养；

4. 教师在进行考核与评价时，可根据本课程的技能训练任务，跟踪记录学生完成任务情况（跟踪记录学生在网站规划、素材的收集处理、网页的实际制作等过程），从而实现对学生的准确、合理、全面性的评价。

学生评价考核表

评价项目		评价内容	评价形式	权重（%）	分值
过程性评价	学习单元评价	基本概念的理解、讨论及回答问题等表现、出勤率。	课堂表现	20	20
	学生自评	技能方法的掌握。	熟练程度	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量，项目功能及性能评价。	效果和质量	40	40
		基本概念的理解，具体方法技能的掌握。	开卷考试	20	20
第三方评价	学生互评	团队合作能力，工作效率。	工作成果	10	10
合 计				100	100

（四）课程资源的开发和利用

1. 开发适合学生学习的多元化素材和多媒体课件，创设生动形象的学习情景，激发学生的学习兴趣；

2. 充分利用互联网的优势，使学生上网浏览网上形形色色、多姿多彩的网站。并通过互联网收集多种素材，处理个性化的素材，创建个性化网站；

3. 充分利用网络资源，搭建网络教学平台，开发网络教学课程，实现优质教学资源共享；

4. 组织教师编写出内容详实的教案，以及与教案配套的课件、案例、实训指导等教学相关资料。充分利用数字图书馆的功能，使学习内容和形式均多元化，最大程度的拓展学生的知识结构。

五、其它说明

1. 本标准依据国家教育部办公厅《关于制订中等职业学校专业教学标准的意见》（教职成厅〔2012〕5号）、安徽省教育厅《关于开展中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的通知》（皖教秘职成〔2015〕45号）等相关文件要求编制；

2. 本课程标准由安徽省中高职衔接电子商务专业教学标准编制组集中讨论、分工编制；

3. 根据本标准，该课程教学应采用理实一体，教、学、做合一的方式进行教学。

标准 VIII 《网店运营》课程标准

一、前言

(一) 课程性质及任务

《网店运营》是电子商务专业的一门核心课程，主要包括店铺定位、注册开店、发布商品、装饰店铺、网店推广、交易管理、售后服务等教学内容。通过本课程的讲解、演练与实践活动，促进本专业学生更好地掌握网上开店、网店运营等基本理论，建立起电子商务网店平台并开展电子商务业务，具有对网店运营、网店推广等技能的实际运用和操作能力。

(二) 课程思路

该课程培养学生从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

本课程工学结合项目：在网络店铺第三方平台（如淘宝、易趣等）设置能够实际经营的网店并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立操作网络商业店铺并建立交易客户群。共设置 7 个教学项目，每个项目以能完成某项工作岗位任务为目标，一个项目又分解成多个技能学习训练单元。课程内容组织重点突出对目标职业能力的训练，理论知识的选取则紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，既要满足高职教育对职业技能要求，又要考虑兼顾相关理论知识学习，还要兼顾相关职业资格证书考证所需知识与技能的学习。

二、课程目标

(一) 能力目标

1. 能够利用相机拍摄商品图片，利用图片处理软件处理产品图片；
2. 能够熟练使用产品发布时所用的各类软件；
3. 能够在 C2C 环境下熟练进行产品的发布和管理；
4. 能够进行初期策划；
5. 能够绘制网站开发流程图；

(二) 知识目标

1. 掌握网络技术基本知识；
2. 掌握 Photoshop 和 Fireworks 的基本操作；
3. 熟练掌握软件下载和安装方法；

4. 熟练掌握网上商品发布和交易管理操作方法;
5. 熟悉商品拍摄和图片处理知识。
6. 掌握售后服务技巧;
7. 掌握网店信息管理、供求信息管理;

(三) 素质目标

1. 诚信经营, 遵守法纪;
2. 具备突破陈规、创新创造的意识;
3. 拥有良好心态, 能合理调节创业心理压力;
4. 具备团队合作意识和领导管理能力。

三、课程内容与要求

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目一 店铺定位	任务 1 选择产品	了解如何锁定目标消费层 及确定商品价格, 有目标性地选择产品; 能够根据自己的兴趣和经验, 从几类产品中选择要经营的产品。	组织学生针对自己的喜好与实际情况, 结合充分的市场调查, 请你为自己的网店选择好经营的产品种类, 并提交详细的实施方案。	2
	任务 2 选择进货渠道	了解网上开店的一般进货渠道; 掌握分析价格低廉的进货渠道的方法; 能够根据自己选定产品的特点以及自己的优势, 确定进货渠道。	组织学生根据自己选定产品的特点以及自己的优势, 确定进货渠道并提交方案。	2
	任务 3 制定价格	了解成本导向定价法、竞争导向定价法、需求导向定价法、质量导向定价法、拍卖、明码法等一般定价技巧; 掌握按照定价步骤制定价格; 能够根据进货渠道, 精确计算选定产品的成本, 查目标顾客所能接受的价格范围, 搜索同行网店竞争对手的价格并, 最终确定所选产品的价格。	组织学生运用所学的定价技巧, 为自己的商品制定合理的价格。	3
项目二 注册开店	任务 1 开通网上银行	了解网上银行的开通流程; 掌握用户名、密码、数字证书等网银安全知识; 能够开通数字证书。	请学生为自己的网店取一个店名, 开通网上银行并选择一个 CtoC 平台进行注册开通你的网店。	3
	任务 2 起店名	了解网店取名的一般遵守原则; 掌握借名生辉法、借典脱俗法、借用商品特色、投其所好、巧用数字等网店取名的一般方法; 能够独立进行网店取名。	请学生根据网店取名的一般原则, 为自己的店铺取名。	3
	任务 3 免费注册	了解 CtoC 平台注册网店 需准备的材料; 熟悉注册网店的流程; 能够自己注册网店。	组织学生找到一个 CtoC 平台, 注册一个自己的网店。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目三 发布商品	任务 1 商品图片美化	了解商品图片美化的意义； 熟悉图片处理的基本工具； 掌握 photoshop 图片处理软件的使用； 能够使用“光影魔术手”图片处理软件给图片加入水印和添加花样边框，会使用“光影魔术手”的曲线功能。	组织学生运用学到的图片处理知识，将自己商品图片进行美化后一一将商品上传到自己的网店。	5
	任务 2 商品标题确定	了解利用关键词对宝贝取名的重要性； 熟悉网店的关键词选择技巧； 能够利用特价、促销等吸引消费者眼球的词汇及换位思考等技巧为宝贝取名。	运用商品取名技巧给商品取名字。	2
	任务 3 商品描述	了解商品描述模板选择； 熟悉进行详细的商品文字描述的内容及注意事项； 掌握在商品描述中加入相关推荐产品的方法。	结合技能训练环节，运用商品描述模板，对商品进行详细的文字描述。	2
	任务 4 分类商品发布	了解商品分类的重要性； 熟悉分类商品发布的流程和方法； 能够在店铺使用免费分类模板进行分类商品发布。	结合技能训练环节，运用分类模板，为你的店铺进行分类商品分布。	2
项目四 装饰店铺	任务 1 店铺版面设置	了解店铺装饰基调的重要性； 掌握装修主色调选择的原则和方法； 熟悉利用不同色彩的心理效果和装修色彩搭配技巧搭配店铺颜色的方法； 能够根据自身爱好和产品类型，选准店铺装修基调。	结合技能训练环节，请学生根据所经营店铺的产品类型和学生的爱好，选择店铺装修基调并根据店铺装修基调，搭配店铺颜色配置，把店铺装修好。	6
	任务 2 个性动态店标	熟悉 Ulead GIF Animator 软件的使用方法； 掌握个性动态店标的制作步骤和方法； 能够运用图片处理软件制作个性动态店标。	组织学生下载图片处理软件 Ulead GIF Animator 或 Photoshop 并进行安装，运用该软件设计自己的个性动态店标。	3
	任务 3 店铺签名档及个人头像设置	了解签名档的制作方法； 掌握开店的 CtoC 平台上设置个人头像的方法； 能够设计自己的签名档或运用相关软件制作个性签名档和头像。	结合学生自己喜好和产品特色，设置好店铺签名档和个人头像。	2
	任务 4 店铺公告	了解利用 Photoshop 软件制作店铺公告图片的过程； 熟悉店铺公告信息的键入和动画制作的方法； 能够设置店铺公告代码。	结合多媒体教学，采用制作店铺公告图片和复制店铺公告代码这两种方式为你的店铺设置店铺公告。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目五 网店推广	任务 1 BBS 及搜索引擎推广	了解运用 BBS 论坛和搜索引擎推广网店的重要性； 掌握到与网店经营话题相关的 BBS 论坛发帖推广店铺及运用搜索引擎发布网店信息的方法； 熟悉运用 BBS 论坛和搜索引擎应注意的问题；能够在 BBS 论坛和 Google、Yahoo 等搜索引擎上推广网店。	学生在网上搜索一个人气较旺的 BBS 商业论坛，将你的网店信息或你总结的经营经验发布出去，在网上搜索一个免费推广的搜索引擎，将网店信息发布到搜索引擎内，并在发布后，通过所设置的关键词进行搜索，并将搜索结果截图保存。	4
	任务 2 邮件群发及博客推广	了解运用邮件群发功能和博客推广网店的重要性；掌握利用邮件群发功能推广店铺和博客推广网络店铺的方法； 熟悉运用邮件群发功能和博客应注意的问题； 能够利用 Email、超级邮件群发机软件向目标用户传递有价值信息，能够利用新浪、搜狐等知名度高的博客平台推广网店。	学生自己利用搜索引擎到免费资源网站下载“超级邮件群发机”软件，根据本书内容进行设置并添加 3 个以上邮件列表，编写一封邮件，发送给所有列表中的联系人，要求最后显示状态为“成功”。	2
	任务 3 人脉推广及友情链接	了解运用人脉推广及友情链接推广网店的重要性； 熟悉交换友情链接的过程； 掌握利用人脉推广及友情链接推广网店的方法； 能够通过 QQ、加群、自建群、线下活动推广网店。	组织学生策划一个线下活动，以班级为单位组织实施，要求在活动中留下全班同学的 Email、电话、网店地址等联系方式，同时写出你此次活动的心得，给你印象最深的人和事。	3
	任务 4 买广告位	了解网络广告的一般特征； 熟悉网络广告的类型和 CPM、CPT、时间费率等计费方式； 掌握网上买广告位的方法和注意事项。	让学生自行尝试寻找广告商，查询对方报价，并据此制定一个本网店广告投放计费方案，小组讨论最佳组合计费方式，制作方案说明书。要求：必须至少选择两种计费方式。搜索一个第三方广告推广平台，注册并操作针对网店的广告位购买过程。要求最终效果必须达到能够在网站页面看到广告。	2
	任务 5 赠品或节日促销	了解赠送对于促进尝试性购买以及迅速建立知名度等的作用； 掌握策划节日促销活动的方法； 能够制定合理的赠送或节日促销方案，以获得更好的推广效果。	安排技能训练，策划一个最近节日的促销活动，要求活动内容符合节日主题，活动形式可以自行选定。要求将活动挂到自己经营的网店，并且提交成本预算，同时提交详细的预期收益目标。检查核算活动效果，是否将成本控制在预算范围内，同时是否达到预期利润目标。总结本次活动的得失，写出总	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
			结报告。	
项目六 交易管理	任务 1 交易洽谈	熟悉网上交易洽谈的概念； 掌握网上交易洽谈的方法和注意事项； 能够进行网上交易洽谈。	课堂提问，学生交流网上交易洽谈经历。	3
	任务 2 合同签订	了解合同在电子商务活动中的意义； 熟悉书面合同与电子合同的概念及区别； 掌握电子商务合同的签订方法及签订电子合同的要点和注意事项； 能利用网络进行电子商务合同的签订。	组织学生分组进行角色扮演，进行网上电子合同签订。	3
	任务 3 支付管理	了解电子支付的概念及作用； 熟悉电子银行概念及电子支付工具； 掌握电子支付的支付方法； 会利用各种电子支付工具进行网上支付。	结合多媒体教学，让学生掌握电子支付的支付方法，指导学生尝试电子支付工具进行小额网上支付。	2
	任务 4 商品配送	了解物流在电子商务中的作用； 熟悉商品配送的作用及主要方法； 掌握商品配送的具体方法及流程； 能对客户购买的商品进行商品配送。	在实训室进行软件模拟训练，让学生掌握商品配送的具体流程及操作方法。	2
项目七 售后服务	任务 1 投诉处理	了解客户容易投诉的问题及处理； 掌握网上投诉处理的应对方法； 熟悉易投诉或产生纠纷的问题及其处理建议； 能够建立良好的客户关系。	组织学生用搜索引擎搜索一份免费的客户关系管理软件，下载并应用，以 3 位同学的个人资料作为客户原始资料进行操作管理，必须包括以下内容：输入客户详细信息，向客户发送商品打折提示信息，向其中一位客户发送生日祝福。	2
	任务 2 处理商品纠纷	了解发生商品纠纷的买家对卖家提供的商品不满等几种情况； 掌握预防发生商品纠纷的措施； 熟悉商品纠纷的处理建议。	组织学生在实训室进行软件模拟训练，在网店中对某个商品做出准确详细描述，包括商品规格数据、有效期或保质期、买方可能存在的期望差异等，同时从多角度、细节处理、独立性考虑发面上传恰当的图片，分析网店里面商品的优势和劣势，并提出改进建议。如认为无须改进，则给出合理的理由。	3
	任务 3 处理物流纠纷	了解货物延迟送达、货物发生破损、货物丢失，实际到货数量与订购数量不符等几种物流纠纷情况； 掌握预防发生物流纠纷的措施；熟悉物流纠纷的处理建议。	组织学生在实训室进行软件模拟训练，集中网店中获得的中评和差评，分析出哪些是买家对物流环节产生的不满，并提出解决方案，同时找出个人网店中对物流环节疏忽的地方，提出改	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
			进建议并及时加以改进。	
	任务 4 处理服务 纠纷	了解买家认为卖家服务态度不好、答复不及时、卖家没有提供专业的售后服务，如技术问题等几种服务纠纷情况； 掌握预防发生服务纠纷的措施； 熟悉物流纠纷的处理建议。	组织学生在实训室进行软件模拟训练，请学生针对网店经营的商品，找出客户容易提出异议的不足点，提出应该采取何种方式给予客户贴心提示，并将方案做出，显示在所经营的网店内。	2
课时总计				72

四、实施建议

（一）教材编写与选用建议

1. 教材应遵循“理论以够用为度，突出实践技能”的原则，在教材内容选取方面注重实际应用。在对全国高职使用教材充分研究的基础上，积极选用“面向 21 世纪统编教材”、“教育部推荐的优秀教材”，确保教材理论与实践的前瞻性；

2. 应体现以就业为导向、以学生为本的原则，将市场调查与预测基本原理与生产生活中的实际应用相结合，注重实践技能的培养，注意反映该领域的新知识、新技术、新工艺和新趋势；

3. 应符合高职学生的认知特点，提供实习实训指导书、微课、精品课程、课件、电子教案等满足不同教学需求的教材及数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

（二）教学方法与手段建议

1. 以课时为单位分解工学单元内容，确定工学单元活动，教师指导学生实施工学单元内容，检查学生成果，工学单元实施负责人分阶段对学生的工学单元实施情况进行检查。教师组成的工学教学团队对工学单元实施的效果进行评价，包括评价的方式、时间和地点。然后按照预先设定的规程对学生提交的工学单元实施成果（产品、方案、演示等）进行评分，并汇总形成每个学生工学单元成绩表，学生签名确认后由工学单元实施负责人审定；

2. 按照高职教育特点积极探索行之有效的教学方法，并以学生为主体，综合考虑知识、技能、态度、素质四个能力要素，合理规划教学内容、科学设计教学方法和考核方式，提高学生学习的积极性和趣味性。在课程组织实施上，大力实践“就业导向”的技能型教学模式，积极推进“教、学、做”一体化。教学方法主要以分组协作法、角色扮演法、情景模拟教学法为主，以叙述教学法、启发布教学法、诱导法

等其他教学方法为辅，已完全做到争对不同教学环境、不同学习对象选择合理的教学方法；

3. 充分利用多媒体教学手段，合理运用现代教育技术等多元化教学手段，开展多种形式教学，让学生在“看、听、说、做”中学习，加深对所学知识的理解和运用，充分激发学生的学习兴趣，提高教学效果；

4. 通过网络将课堂教学延伸到课外，自行开发了网店运营学习网站，把教学课件、教学录像、漫画场景问答，网络测试、教学论坛、考证辅导、习题案例等教学资源放到网上，提供了丰富的网络学习资源和师生交流环境，突破了时空限制，促进学生的自主学习和研究型学习。

（三）考核与评价建议

1. 课程考核不仅注重对学生进行专业知识，还注重对学生的岗位技能、职业素质及学习能力的考核。课程考核主要由“理论知识+岗位技能+职业素质”三部分构成，理论知识的考核主要以试卷等考试的形式进行，岗位技能以学生为完成某一岗位工作任务的形式进行，职业素质的考核主要以学生在工学结合中的表现的合作精神、敬业精神等为标准。考核方式重视实践能力考核，注重考核对职业能力培养的引导；

2. 强调目标评价和过程评价相结合，注重作业过程、方法步骤的正确性，加强实践性教学环节的考核，注重平时成绩记录；

3. 建立职业能力综合评价体系，以目标水平为主，阶段成绩为辅，结合课外作业、学习态度以及本人课程学习中职业技能的提高程度进行综合评价。

学生评价考核表

评价项目		评价内容	评价形式	权重（%）	分值
过程性评价	学习单元评价	基本概念的理解、讨论及回答问题等表现、出勤率。	课堂表现	20	20
	学生自评	技能方法的掌握及运用。	技能水平	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量，项目功能及性能评价。	效果和质量	40	40
		基本概念的理解，具体方法技能的掌握。	开卷考试	20	20
第三方评价	学生互评	团队合作能力，工作效率。	工作成果	10	10
合 计				100	100

（四）课程资源的开发与利用建议

1. 结合电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网络信息资源，使教学媒体从单一媒体向多种媒体转变；

2. 充分利用挂图、幻灯片、投影片、录像带、视听光盘、多媒体软件、电子教案等资源创设形象生动的工作情境,激发学生的学习,促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源的开发,建立多媒体课程资源的数据库,努力实现跨学校多媒体资源的共享,以提高资源利用效率;

3. 充分利用实训中心,进行现场教学、实习实训、职业技能证书考证,满足对学生职业能力培养的要求;

4. 进一步开发课程教案(PPT)、课程案例、课程习题库、课程实训项目。通过共同开发上述资源,形成课程教学资源库,实现资源共享,提高课程资源利用效益,进而取得了良好的教学效果。

五、其它说明

1. 本标准依据国家教育部办公厅《关于制订中等职业学校专业教学标准的意见》(教职成厅〔2012〕5号)、安徽省教育厅《关于开展中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的通知》(皖教秘职成〔2015〕45号)等相关文件要求编制;

2. 本课程标准由安徽省中高职衔接电子商务专业教学标准编制组集中讨论、分工编制。

九、实训条件

(一) 校内实训基地

校内实习实训室建议配备电子商务基础实训室、客户服务综合实训室、网络营销综合实训室,主要设施设备及数量如下表所示。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备		备注	
		名称	数量	功能	适用课程
1	电子商务基础实训	电脑	40 台	1. 保障专业基础技能训练; 2. 保障网店运营方向的专业技能训练; 3. 保障电商物流实训教学。	电子商务基础 电子商务实务 图形图像处理 物流配送
		电子商务应用软件	1 套		
		服务器	1 台		
2	客户服务综合实训室	电脑	40	1. 保障客户服务方向专业技能训练; 2. 保障客户服务外包项目实践教学。	网络客服 文字录入 商务谈判与沟通技巧 客户关系管理
		程控交换机	一台		
		座机电话、耳麦电话	40 套		
		客户关系管理软件	一套		
		接入外线功能	一套		

(二) 校外实训基地

选择电子商务行业优秀企业开展校企合作，建立校外实训基地，保障短期实践项目教学，顶岗实习等教学活动的实施，提供教师企业挂职锻炼岗位，实现教师轮岗实践，提升“双师型”教师素质。

（三）实训师资

1. 一般规定

实训教师应履行指导、管理实训学生和对实训进行考核评价的工作职责，实训教师可以是专任教师或兼职教师。

2. 实训教师要求

学校应根据实训教学任务、学生人数合理配置实训教师，每个实训项目不宜少于2人。

学校应努力建设专任教师与兼任教师相结合的实训教师队伍，建议每个实训项目（或实习小组）配备一名专任教师和至少一名兼职教师。

专任实训教师应熟练掌握相应实训项目的技能，宜具有工程实践经验及相关职业资格证书，具备中级（含中级）以上专业技术职务。

企业兼职实训教师应具备相应专业技术等级证书，其余兼职教师应具备中级及以上专业技术职务。

十、顶岗实习企业

安排学生顶岗实习的企业应当是合法经营、管理规范、实习设备完备、符合安全生产法律法规要求的企业。实习岗位应符合本专业培养目标要求，与本专业对口或相近。

学校与实习企业共同组织实施学生实习。学校与实习企业共同制定学生实习工作具体管理办法和安全管理规定、实习学生安全及突发事件应急预案等制度性文件。学生参加顶岗实习前，学校、实习企业、学生三方应签订实习协议。协议文本由当事方各执一份。实习协议应明确各方的责任、权利和义务，协议约定的内容不得违反相关法律法规。

实习开始前，学校根据本专业人才培养方案，与实习企业共同制订实习计划，明确实习目标、实习任务、必要的实习准备、考核标准等；并开展培训，使学生了解实习阶段的学习目标、任务和考核标准。

学校和实习企业分别选派经验丰富、业务素质好、责任心强、安全防范意识高的实习指导教师和专门人员全程指导、共同管理学生实习。学校要和实习企业相配合，建立学生实习信息通报制度，在学生实习过程中，加强安全生产、职业道德、职业精神等方面的教育。

实习企业与学校一起共同对实习学生进行安全防护知识、岗位操作规程教育和培训并进行考核。实习企业应当健全本单位生产安全责任制，执行相关安全生产标准，加强对实习学生的安全生产教育培训和管理，保障学生实习期间的人身安全和健康。

十一、编制说明及实施建议

1. 根据安徽科技贸易学校教学标准的要求编制。

2. 本方案的制定坚持“对接产业、服务发展”、“项目导向、能力为本”、“系统培养、衔接贯通”、“整体设计、彰显特色”、“多方合作、协同开发”为原则。依据区域电子商务产业的发展对不同层次人才的需求，科学确定本专业不同阶段的培养目标；依据岗位工作任务和技术进步的要求差异，确定本专业不同阶段的课程内容；推行“做中学、做中教”，教学做一体的教学模式；优化公共基础课程，构建以能力为本位、以职业实践为主线、以项目课程为主体的模块化专业课程体系；推动课程标准与职业标准相融合。

本方案留有区域、院校、专业不同特色的课程空间，兼顾学生就业与升学的双重目标，增强课程的衔接性、实践性和职业性。为加强校企合作，建议成立电子商务专业校企联盟，开展校企合作合作育人。

3. 本方案各中职学校可结合实际情况，参照此方案制定五年一贯制教学实施方案，课程开设顺序与周课时安排可根据各校实际情况进行适当调整，但职业能力核心课程及职业资格证书课程的设置原则上不得调整。