

安徽省职业院校中高职衔接课程体系建设改革试点成果

电子商务专业 中高职衔接人才培养方案

安徽科技贸易学校
安徽科技学院
2016年12月

前 言

按照《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）统一部署和要求，安徽科技贸易学校与安徽科技学院共同承担电子商务专业中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点任务。在省、市教育部门的指导下，两校联合成立了编制工作领导小组，窦祥国担任组长；组建了工作组，成员由电子商务行业企业专业技术人员韩翠、王亮和院校专业课教师张成武、黄光荣、张国宝、林海青、刘晓艳、任书雁、余雪莉、陈红雨等组成；组建了专家组，邀请省内外相关行业企业、院校和教科科研机构专家宋思根、闻学、董清其、王科等担任成员。两校共同制定所承担专业课程体系建设工作的总体思路、工作方案和任务分解，确保工作方案具体到每一个时间节点应完成的工作任务。

在编制工作领导小组的领导下，工作组深入14个行业企业和13所职业院校开展调研，学习借鉴外省好的做法和经验，形成调研报告。在此基础上，起草了电子商务专业中等和高等职业教育衔接的人才培养方案。经工作组成员研讨、专家指导组论证、市级教育行政部门审核，省教育厅组织安徽商贸职业学院汪贤武、安徽职业技术学院袁春雨、桐城望溪职业学校胡兴苗、安徽大尺度网络传媒有限公司陈博晗、安徽省网商协会李军等有关专家进行评审和论证，最终形成电子商务专业中高职衔接人才培养方案。

根据我省职业教育实际和经济社会发展需求，结合近年来我省中高职合作培养的专业布局及招生规模等情况，2015年，省教育厅首批试点选择建设园林技术、园林绿化、电子电器应用与维修、建筑工程施工、工程造价、道路与桥梁工程施工、机电技术应用、数控技术应用、汽车运用与维修、电子技术应用、电子商务、物流服务与管理、旅游服务与管理等13个专业，由有关高等学校、国家中等职业教育改革发展示范校项目建设学校、国家级重点中等职业学校承担，每个专业的课程体系建设试点工作由1所中等职业学校以及合作办学的高等职业院校共同牵头负责。

本次试点工作坚持以立德树人为根本，以服务发展为宗旨，以促进就业为导向，旨在加快构建对接现代产业要求、体现终身教育理念、中等和高等职业教育相衔接的课程体系，形成完整的人才培养方案。通过参与试点的中等与高等职业院校合作培养，在培养目标、专业设置、课程内容、教学过程等方面基本实现中等和高等职业教育之间的统筹和有机衔接，实现技术技能人才培养的系统化和制度化。

中等和高等职业教育衔接的人才培养方案是有意向合作的中高职院校专业

衔接、课程设置、教学计划安排、实习实训、师资调配等方面深度合作的基本依据，是教育部门规范专业建设、指导教学工作、评估教学水平的重要依据，各地各校可结合本地本校实际，参照执行。

中高职衔接人才培养方案的制定和完善是一项复杂、专业、动态的长期工作，各地各校在实施过程中，有何意见和建议，请及时向我们反映，以便今后进一步完善。

在试点过程中，得到了省教育厅职成处、高教处、评估中心、教科院的大力支持、指导和帮助。

安徽科技贸易学校

安徽科技学院

2016 年 12 月

目 录

1. 前言
2. 安徽省教育厅关于推广中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作成果的通知（皖教秘职成〔2016〕97 号）……01
3. 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）……………08
4. “电子商务”专业中高职衔接人才培养方案……………11
5. “电子商务”专业中高职衔接人才培养调研报告……………149

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

各市、省直管县教育局，有关职业院校：

为贯彻落实《安徽省人民政府关于开展省级政府教育统筹综合改革试点的实施意见》（皖政〔2012〕81号）、《安徽省人民政府关于加快发展现代职业教育的实施意见》（皖政〔2014〕81号）精神，推进职业院校开展综合改革试点，促进中等和高等职业教育协调发展，探索建立对接紧密、特色鲜明、有效衔接的中高职课程体系，加快现代职业教育体系建设，更好地服务经济社会和人的全面发展。经研究决定，从2015年开始，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，现就有关事项通知如下：

一、改革试点的目标

坚持以立德树人为根本，以服务发展为宗旨，以促进就业为导向，加快构建对接现代产业要求、体现终身教育理念、中等和高等职业教育相衔接的课程体系，形成完整的人才培养方案。在我省中等与高等职业院校合作培养的主干专业中，择优遴选部分优质职业院校开展中高职衔接的课程体系建设改革试点，重点在培养目标、专业设置、课程内容、教学过程等方面基本实现中等和高等职业教育之间的统筹和有机衔接，实现技术技能人才培养的系统化和制度化。

二、改革试点的原则

1. 坚持对接产业、服务发展的原则。建立产业结构调整驱动专业改革机制，依据区域产业或行业发展需求设置和调整中等和高等职业教育专业；依据产业对人才层次类型的不同需求和学生职业发展途径，科学确定中等和高等职业教育的培养目标。建立产业技术进步驱动课程改革机制，依据岗位工作任务和技术进步要求确定中等和高等职业教育课程内容；依据生产过程要求确定教学过程。推动课程标准与职业标准相融

合，学历证书与职业资格证书相对接。

2. 坚持项目导向、能力为本的原则。根据专业对应的职业岗位对学生能力、知识和素质需求，设计课程体系，突出职业教育类型特点；建立真实应用驱动教学改革，以提高学习者职业技能和培养职业精神为目标，推行“做中学、做中教”，教学做一体；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。

3. 坚持系统培养、衔接贯通的原则。遵循技术技能人才成长规律，尊重学生认知特点，整体设计中等和高等职业教育衔接课程体系。深入分析知识、能力、素质的提升逻辑顺序，科学设置各阶段职业教育课程内容，实现衔接贯通。

4. 坚持整体设计、彰显特色的原则。坚持统一性与多样性相结合，强化主干课程要求，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。

5. 坚持多方合作、协同开发的原则。深化校企合作、校校合作，鼓励牵头院校联合开办同类专业的优质中等职业学校、高等院校和行业企业组成联盟，集思广益，协作开发，推动实现共建、共享、共同发展。

三、任务及分工

根据我省职业教育实际和经济社会发展需求，结合近年来我省中高职合作培养的专业布局及招生规模等情况，2015年，选择建设园林技术、园林绿化、农村经济综合管理、建筑工程施工、工程造价、道路与桥梁工程施工、机电技术应用、数控技术应用、汽车运用与维修、电子技术应用、电子商务、物流服务与管理、旅游服务与管理等13个专业，由有关高等学校、国家中等职业教育改革发展示范校项目建设学校、国家级重点中等职业学校承担，每个专业的课程体系建设试点工作由1所中等职业学校以及合作办学的高等职业院校共同牵头负责(详见附件1)，牵头院校要联合其它院校和行业企业共同研究、开发课程体系。后期课程体系研发，将采取项目申报制。

四、方法及步骤

1. 开展调研。调研是中等和高等职业教育衔接课程体系建设工作的

必要环节，为课程体系建设和人才培养方案的开发制定工作奠定基础。调研对象主要包括行业企业及职业院校两类主体。通过企业调研，了解相关产业发展现状与趋势，掌握对相应岗位技术技能人才需求数量、层次，对从业人员职业道德、文化素质、职业能力、社会能力、身心健康、职业资格证书等方面要求。通过院校调研，了解现行专业教学情况、学生就业去向、学生继续学习的要求与培养现状等，对人才培养数量、层次、质量与行业企业要求的吻合程度进行分析，提出中、高职衔接、系统培养人才的改革思路与建议，形成 2 万字左右的调研报告，为制定中等和高等职业教育衔接课程体系提供全面、客观的依据。

2. 研发人才培养方案。在充分调研的基础上，开发中等和高等职业教育衔接的人才培养方案，内容应主要包括：

（1）专业基本信息。不同阶段专业名称及代码、招生对象、学制、学历与学位。

（2）人才培养目标。不同阶段人才培养的目标。

（3）职业（岗位）面向、职业资格证书及继续学习专业。不同阶段教育的毕业生就业岗位、应取得的职业资格证书、可以继续学习的后续专业。

（4）综合素质及职业能力。不同阶段教育人才培养在身心道德、文化素质、行业通用能力、职业能力、社会能力等方面的要求。

（5）转段升学要求。中等职业教育阶段转入后续高等职业教育阶段的主要要求，考核要点及考核办法等。

（6）教学计划进程。培养周期内，公共基础课程、专业实践课程以及其它教学活动的安排，必修、选修课程的安排等。

（7）主要课程标准。主要课程的标准以及教学要求。

（8）实训（实验）条件。不同阶段教育专业实训、实验设备建设数量、规格要求。

（9）顶岗实习企业。不同阶段教育顶岗实习的企业要求、岗位要求、管理要求。

（10）编制说明及实施建议。

3. 开展研究和相关内容建设。在深入进行调研、形成调研报告和人

人才培养方案的同时，各牵头院校可兼顾开展中等和高等职业教育衔接课程体系建设的体制、机制和模式的研究，形成理论成果。组织相关教师 and 行业企业专家进行主干专业课程的教材建设及相关资源建设，形成物化成果。

五、有关要求

1. 提高思想认识。中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作，是深化教育领域改革、构建现代职业教育体系的关键性环节和基础性工作，各地、各有关院校要以服务经济社会发展和人的全面发展为目标，进一步增强工作责任感、紧迫感和使命感，积极推进中等和高等职业教育有机衔接、协调发展，全面提高我省技术技能人才培养质量和水平。

2. 明确工作职责。省教育厅负责中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的整体规划、组织协调和质量监控，对工作得力、成效突出的学校在专项资金、项目安排等方面予以倾斜，对工作不力、进展缓慢的学校进行督促指导，对论证、审定合格的调研报告和人才培养方案进行推广。各市教育局负责辖区内的统筹协调，将中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作列入本市构建现代职业教育体系建设的重要内容，定期召开调度会、经验交流会，支持、督促、指导本市承担任务的学校开展工作，并提供各项有利条件。

牵头中职学校以及合作办学的高职院校是本专业中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作的第一责任单位，要成立编制工作领导小组，中职学校主要负责同志及高职院校分管负责同志共同担任组长，共同制定所承担专业课程体系建设工作的总体思路、工作方案和任务分解，确保工作方案具体到每一个时间节点应完成的工作任务。要组建工作组，成员由相关行业企业专业技术人员和院校专业课教师组成，要组织精干力量开展调研，撰写调研报告、人才培养方案，形成课程体系建设的体制、机制和模式研究的理论成果。要组建专家组，广泛邀请省内外相关行业企业、院校和教科研机构专家担任成员，定期召开会议，组织专家论证评审。其他参与的职业院校要积极配合，按照任务分工，切实做好各项工作，并在人力、经费和教学资源等方面给予全方位支持，

选派最优秀的专业教师参与课程体系建设，锻炼培养教师队伍。

3. 加大经费保障。为保证中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作顺利完成，对首批试点的 13 个专业分别给予一定的经费支持，并已拨付给各牵头的中职学校。各有关市教育局和职业院校要安排相应的配套资金，并在有关政策、项目安排等方面予以倾斜，共同推进中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作。

4. 确保完成任务。为使课程体系建设改革试点工作有序进行，省教育厅制定了《2015 年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作时间安排建议表》（见附件 2）。各牵头中职学校要联合合作办学的高职院校，根据总体建议时间安排，制定详细的工作方案，按时完成工作任务，按照属地原则上报所在市教育局。市教育局审核后，报省教育厅。省教育厅将组建专家组，对相关专业中等和高等职业教育衔接人才培养方案进行论证，对专家论证通过的向全省推广。

各牵头中职学校要主动与合作办学的高职院校联系，抓紧制定各专业中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作方案（包括组织领导、人员组成、任务分工、进度安排、保障措施等），经所在市教育局审核后，于 2015 年 6 月 30 日前报省教育厅。

在工作过程中若有问题，可与省教育厅联系。

省教育厅高教处：朱永国，0551-62831868，
ahgzjy@ahedu.gov.cn;

职成处：胡晶晶，0551-62813515，
zcc@ahedu.gov.cn;

省教育科学研究院：龚双江，0551-62672698，
j_sh_zh@163.com。

附件：1. 2015 年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作
任务安排表

2. 2015 年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作
时间安排建议表

安徽省教育厅
2015 年 6 月 5 日

附件 1

2015 年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点 工作任务安排表

序号	专业名称	牵头学校	
		中职学校	合作办学的高职院校
1	园林技术	安徽材料工程学校	宣城职业技术学院
2	园林绿化	安徽金寨职业学校	六安职业技术学院
3	电子电器应用与维修	宣城市工业学校	宣城职业技术学院
4	建筑工程施工	安徽建设学校	安徽水利水电职业技术学院
5	工程造价	铜陵市中职中心	铜陵职业技术学院
6	道路与桥梁工程施工	合肥铁路工程学校	安徽职业技术学院
7	机电技术应用	安徽省第一轻工业学校	安徽电子信息职业技术学院
8	数控技术应用	马鞍山工业学校	马鞍山职业技术学院
9	汽车运用与维修	安徽省汽车工业学校	安徽职业技术学院
10	电子技术应用	安徽电子工程学校	安徽科技学院
11	电子商务	安徽科技贸易学校	安徽科技学院
12	物流服务与管理	合肥市经贸旅游学校	安徽工商职业学院
13	旅游服务与管理	黄山旅游管理学校	黄山职业技术学院

2015 年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点 工作时间安排建议表

阶 段	时间	工作任务
制定工作方案	2015 年 6 月	2015 年 6 月底前，各牵头中职学校联合合作办学高职院校，组织人员学习研究我省有关文件要求，明确工作思路，建立工作机制，成立工作组织（包括领导小组、工作组和专家组），制定落实开发任务的具体工作方案，并经所在地的市级教育行政部门审核后报省教育厅。
开展调研	2015 年 7 月-9 月	广泛深入开展行业、企业发展与人才使用情况，以及省内各职业院校专业开设、人才培养、毕业生就业情况调研，并与行业协会、品牌企业、知名专家建立联系，考察学习省内外职教名校相应专业的课程体系和开发经验，形成调研报告于 9 月中旬上报省教育厅，9 月下旬省教育厅召开调度会，各牵头学校汇报调研情况。
起草人才培养方案	2015 年 10 月	在前期调研和研究相关文件基础上，结合行业企业需求，研究本专业建设和教学需求，起草各专业中等和高等职业教育衔接的人才培养方案，经工作组成员研讨论证、广泛征求专家指导组等有关方面意见并修改后形成初稿，并经所在地的市级教育行政部门审核后报省教育厅。
省级论证	2016 年 3 月	省教育厅组织有关专家对各专业调研报告、中等和高等职业教育衔接的人才培养方案逐个进行评审和论证，督促学校根据专家意见作进一步修改、完善。
审定推广	2016 年 5 月	省教育厅对修改完善后的调研报告和人才培养方案逐个进行审定，对审定通过的向全省推广。

安徽省教育厅

关于推广中等和高等职业教育衔接课程体系 建设改革试点工作成果的通知

皖教秘职成〔2016〕97号

各市、省直管县教育局，有关职业院校：

按照《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）要求，我省遴选安徽材料工程学校、宣城职业技术学院等23所职业院校开展园林绿化等13个专业的中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作。一年多来，各试点学校对承担的改革试点任务高度重视，专门成立领导小组和工作组，深入行业企业和职业院校开展调研，认真撰写调研报告，在此基础上研发形成中高职衔接的人才培养方案。目前试点的各专业中高职衔接人才培养方案已通过省级论证，现予以推广（名单见附件）。

中高职衔接人才培养方案，是实现中高职在培养目标、专业设置、课程内容、教学过程等方面有机衔接，切实提高技术技能人才培养质量的重要基础和基本保证，同时也是行业用人单位选用职业院校毕业生的重要参考。各相关职业院校对试点成果要认真学习、研究，要把试点成果中好的教育理念和基本要求落实到专业教学之中，要结合行业企业需要和学校实际，科学设置教学计划和课程，转变教学观念，更新教学方法和手段，不断提高人才培养质量。各级教育行政部门和职业院校要切实加强对职业教育教学工作的领导，建立以提高质量为导向的管理制度和工作机制，把教育资源配置和学校工作重点集中到教学工作和人才培养上来，确保专业建设、人才培养模式、课程开发、教学制度、师资配备、设施条件等方面适应教育教学工作需要。

各试点学校要为成果的推广提供方便，要通过适当的方式，将经省

级论证通过的调研报告和人才培养方案在学校官方网站进行公布，并请于 2016 年 12 月 20 日前将公布方案的链接网址报省教育厅职成处，以便统一公告，方便查询。

各地各校在试点成果推广应用过程中发现的问题和意见建议，请同时报省教育厅职业与成人教育处、高等教育处。

联系人：

胡晶晶（职成处），0551-62813515，hujj@ahedu.gov.cn。

朱永国（高教处），0551-62831868，zhuyg@ahedu.gov.cn。

附件：中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点学校及试点专业名单

安徽省教育厅
2016 年 12 月 6 日

附件

中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革

试点学校及试点专业名单

序号	试点专业名称	试点学校名称
1	园林技术专业中高职衔接人才培养方案	安徽材料工程学校、宣城职业技术学院
2	园林绿化专业中高职衔接人才培养方案	安徽金寨职业学校、六安职业技术学院
3	电子电器应用与维修专业中高职衔接人才培养方案	宣城市工业学校、宣城职业技术学院
4	建筑工程施工专业中高职衔接人才培养方案	安徽建设学校、安徽水利水电职业技术学院
5	工程造价专业中高职衔接人才培养方案	铜陵市中职中心、铜陵职业技术学院
6	道路与桥梁工程施工专业中高职衔接人才培养方案	合肥铁路工程学校、安徽职业技术学院
7	机电技术应用专业中高职衔接人才培养方案	安徽省第一轻工业学校、安徽电子信息职业技术学院
8	数控技术应用专业中高职衔接人才培养方案	马鞍山工业学校、马鞍山职业技术学院
9	汽车运用与维修专业中高职衔接人才培养方案	安徽省汽车工业学校、安徽职业技术学院
10	电子技术应用信息技术专业中高职衔接人才培养方案	安徽电子工程学校、安徽科技学院
11	电子商务专业中高职衔接人才培养方案	安徽科技贸易学校、安徽科技学院
12	物流服务与管理专业中高职衔接人才培养方案	合肥市经贸旅游学校、安徽财贸职业学院、安徽工商职业学院
13	旅游服务与管理专业中高职衔接人才培养方案	黄山旅游管理学校、黄山职业技术学院

电子商务专业中等和高等职业教育衔接人才培养方案

(2016 版)

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

中职: 3 年, 学历: 中专

高职: 2 年, 学历: 大专

二、人才培养目标

中职: 本专业培养德、智、体、美全面发展, 具有良好的职业道德和素养, 具备与本专业岗位工作任务相适应的电子商务知识与职业技能; 面向电子商务行业企业, 培养通过电子商务平台从事网络营销、客户服务、移动商务、电子商务物流与配送等工作的高素质劳动者和技术技能型人才。

高职: 本专业坚持知识、能力、素质协调发展和综合提高的原则, 培养具备较扎实的科学文化基础知识, 具备良好的职业道德、敬业精神、团队精神和自主创新意识; 具备与本专业岗位工作任务相适应的电子商务知识与职业技能, 能够在企事业单位从事网上商务信息收集与处理、电子商务运营、网络营销与策划、网络编辑、

商务信息管理、网络运营与网站推广、电子商务物流与配送、网站维护与管理等工作的高素质技术技能型专门人才。

三、职业面向、职业资格及继续学习专业

（一）职业面向

中职：本专业就业岗位主要面向各类中小微企业事业单位从事电子商务运营、网络营销、网店美工、电子商务仓储与物流配送、客户服务与管理等工作。

高职：本专业就业岗位主要面向各类企事业单位从事网上商务信息收集与处理、电子商务运营、网络营销与策划、网店美工、电子商务仓储与物流配送、客户服务与管理、网站建设与日常维护管理等工作。

（二）职业资格证书

中职：

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

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

高职：

本专业毕业生应取得：

1. 计算机系统操作工（高级）
2. 助理电子商务师

鼓励学生取得：

1. 公共英语等级证书
2. 普通话二级乙等以上证书
3. 助理营销师

（三）继续学习专业

电子商务等本科专业

四、综合素质及职业能力

(一)中职阶段

本专业毕业生应具备以下综合素质及职业能力：

1. 综合素质要求

- (1) 具有良好的职业道德，爱岗敬业、遵规守纪、诚实守信、文明待人；
- (2) 具有健康的体魄和良好的心理素质，具有较强的抗挫折能力和乐观向上的精神品质；
- (3) 具有较强的工作责任心，吃苦耐劳、踏实肯干、服从安排；
- (4) 初步具有自我学习、开拓进取、不断更新知识结构的能力；
- (5) 具有良好的人际交往与沟通能力、团队合作精神、网络安全和客户服务意识。

2. 职业能力要求

(1) 文化素质要求

- ①掌握职业生涯规划的基础知识和常用方法，熟悉文明礼仪的基本要求、职业道德的作用和基本规范，掌握与日常生活和职业活动密切相关的法律常识；
- ②掌握马克思主义哲学与人生发展的基础知识，树立正确的价值判断和行为选择，形成积极向上的人生态度；
- ③掌握我国所处的文化和社会环境，树立中国特色社会主义共同理想，积极投身我国经济、政治、文化、社会建设；
- ④掌握中国历史的基础知识，了解重要的历史事件、历史人物和历史现象，理解重要的历史概念；
- ⑤掌握体育与健康的基本知识、技能和方法，掌握相关的职业健康知识，了解青春期心理健康与卫生的变化规律；
- ⑥掌握必需的语文基础知识和语文学习方法，具有日常生活和职业岗位需要的阅读、常用应用文写作、语言交流能力，具有初步的文学作品欣赏能力；
- ⑦掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能，初步具有利用计算机解决学习、工作、生活中常见问题的能力；
- ⑧掌握必要的数学基础知识，具备基本计算技能、数据处理技能和常用计算工具使用技能；

⑨掌握英语基础知识，具有初步的英语听、读、说、写和职场应用能力；

⑩了解艺术欣赏、创作的基本方法，初步具备理解、欣赏艺术作品的 ability，具有健康的人文素养和审美情趣。

（2）行业通用能力要求

①知识要求

- a. 掌握本专业必需的商务知识；
- b. 掌握本专业必需的网络信息技术知识；
- c. 掌握商务信息收集、分析、处理的基本知识与专业知识；
- d. 掌握常用网上交易的基本知识与专业知识；
- e. 掌握客户服务与管理的基本知识与专业知识；
- f. 掌握电子商务仓储与物流配送的基本知识与专业知识；
- g. 掌握网店美工的基本知识与专业知识；
- h. 了解企业管理、电子商务运营、安全、环保等方面的基本知识。

②技能要求

- a. 熟练掌握网络操作系统、常用办公软件的安装和操作，具有较快的文字录入速度；
- b. 具有商务信息收集、分析、处理的能力；
- c. 能独立进行电子商务交易平台的操作；
- d. 具有从事电子商务运营、推广、网页制作、美工、编辑等方面的能力；
- e. 具有良好的客户开发、服务、管理能力；
- f. 具有从事电子商务物流与配送的能力。

（3）社会能力要求

①具备一定的人际交往能力，能较好地与他人沟通与合作，有亲和力，为人处事得体大方，能主动关心他人；

②具备一定的适应能力和独立生活能力，能够较好地适应社会及所处的工作环境；

③具有一定的应变能力，能较好地调整自己身心状态和思想行为方式；

④具有一定的表达能力，能较好运用语言及文字阐明自己的观点、意见或抒发感情；

⑤具有初步的创业能力，能够独立思考与自我决策，具备初步的发现问题、解决问题和组织管理能力；

⑥具有一定的开拓创新意识。

（二）高职阶段

本专业毕业生应具备以下综合素质及职业能力：

1. 综合素质要求

- （1）具有优秀的思想品德素质、心理身体素质、职业道德素质；
- （2）具有良好的职业态度。具有准确的自我能力判断和职业定位能力，能做出明确的职业选择，并具有良好的自我期望以及踏实肯干、认真负责、诚实守信、爱岗敬业的工作态度，具有一定的创业能力；
- （3）自我学习、开拓进取、不断更新知识结构的能力与创新能力；
- （4）具有良好的人际交往能力、团队合作精神和客户服务意识；
- （5）具备终身学习的理念。

2. 职业能力要求

（1）文化素质要求

- ①掌握自然和社会科学的基础知识；
- ②掌握一门外国语，具有一定的阅读和听、说、写能力；
- ③掌握计算机应用知识；
- ④掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本内容，了解近现代中国社会发展的规律，增强马克思主义和中国特色社会主义信念。

（2）行业通用能力要求：

①知识要求

- a. 掌握本专业必备的市场调查与预测知识；
- b. 掌握本专业必需的视觉营销知识；
- c. 熟练开展移动商务信息收集、分析、处理的专业知识；
- d. 掌握网店运营的专业知识；
- e. 掌握跨境电子商务的专业知识；
- f. 掌握网络编辑的专业知识；
- g. 熟练掌握网络广告设计与制作的专业知识；
- h. 熟练掌握网络支付、网络推广、网站维护与管理等方面的知识。

②技能要求

- a. 熟练掌握网络操作系统、常用办公软件的安装和操作技能技巧；
- b. 熟练开展移动电子商务、跨境电子商务信息收集、分析和处理；
- c. 掌握并能独立进行电子商务交易平台的操作；
- d. 熟练掌握从事电子商务运营、推广、制作、美工、编辑等方面的综合能力；

e. 熟练掌握从事移动电子商务、跨境电子商务、网络广告设计与制作、网站维护与管理等方面的综合能力；

f. 具有从事电子商务物流与配送的能力。

(3) 社会能力要求

① 具备良好的人际交往能力。能够较好地与他人沟通与合作，具有亲和力，为人处事得体大方，具有主动关心他人的意识；

② 具有较强的应变能力。能够较好地适应社会及所处的工作环境，具有一定的独立生活能力；

③ 具有较强的应变能力。能较好地调整自己的知识、能力结构和思想行为方式；

④ 具有良好的表达能力。能准确运用语言及文字阐明自己的观点、意见或抒发感情；

⑤ 具有一定的创业能力。能够独立思考与自我决策，具有较强的发现和解决问题能力。能够果断处事和能独立完成不熟悉的工作；

⑥ 具有较强的组织管理能力及开拓创新能力；

⑦ 拥有成就动机。在学习、工作过程中具有自觉性、主动性与创造性。

五、转段升学要求

(一) 实施原则

电子商务专业中高职衔接转段升学考核以高职院校人才培养要求为依据，以中职阶段学生综合素质、职业能力和专业技能考核为重点，按照科学选拔人才、维护社会公平、促进学生健康发展为原则，坚持公开选拔，公正透明，坚持德智体美全面考核、综合评价、择优录取，实行“文化素质+职业技能”的评价方式，重点考查学生综合素质、职业核心能力和专业技能的掌握情况，引导中职学校深化教育教学改革、提高人才培养质量，实现中职学校与高职院校培养目标、人才定位和专业课程的有机衔接。

(二) 考核要点

主要体现在对学生进行综合素质评价、学业水平考核、转段升学考试（语、数、英+3 门专业核心课程理论考核+专业技能考核）。

(三) 考核办法

1. 综合素质评价

中职学校应根据学生在校期间的思想品德、学业水平、职业素养、身心健康、艺术素养、社会实践等方面进行综合评价，经综合评价合格的学生方可转入高职阶段的学习。

2. 学业水平考核

学业水平考核着重于学生对专业教学标准（教学指导方案、教学计划）所列课程的修习和掌握情况，公共基础课和专业核心课程应达到合格等次以上，部分核心课程应达到良好等次以上。

3. 转段升学考核

转段升学考试由高职院校负责，中高职学校联合组织进行。

4. 免试升学

免试升学条件参照安徽省教育厅有关文件规定精神执行。

六、教学进程计划

中高职衔接电子商务专业教学进程计划

课程类别	课程名称	学分	总学时	各学期周数、学时分配									
				第一年		第二年		第三学年		第四学年		第五学年	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				16w	16w	16w	16w	16w	16w	16w	16w	16w	20w
公共基础课	职业生涯规划	2	32	2									
	职业道德与法律	2	32		2								
	经济政治与社会	2	32			2							
	哲学与人生	2	32				2						
	语文	12	192	4	4	2	2			4			
	数学	8	128	4	4					4			
	英语	8	128	2	2	2	2			4			
	体育与健康	10	160	2	2	2	2	2		2	2		
	计算机应用基础	8	128	4	4					4			
	历史	2	32	2									
	公共艺术	2	32		2								
	思想道德修养与法律基础	2	32							2			
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系	2	32								2		
	大学生职业规划与就业指导	2	32							2			
	小计	84	1344	20	20	8	8	2		22	4		
选修	书法	2	32			2							

课程类别	课程名称	学分	总学时	各学期周数、学时分配									
				第一年		第二年		第三学年		第四学年		第五学年	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				16w	16w	16w	16w	16w	16w	16w	16w	16w	20w
课	礼仪与交际	2	32					2					
	心理健康（限选）	2	32			2							
	就业与创业教育	2	32					2					
	小计	4	64			2		2					
专业技能课	电子商务基础	6	96	6									
	网络营销	6	96		6								
	电子商务实务	6	96			6							
	图形与图像处理	6	96				6						
	电子商务物流	4	64			4							
	移动电商基础	4	64		4								
	电子商务案例分析	6	96					6					
	网页制作	6	96					6					
	市场调查与预测	4	64							4			
	视觉营销	4	64								4		
	移动电子商务实务	4	64							4			
	跨境电子商务	6	96									6	
	网店运营	4	64								4		
	网络编辑实务	4	64									4	
	网络广告设计与制作	4	64								4		
	网站维护与管理	4	64									4	
	网络营销与网站推广	4	64								4		
	网络支付与结算	4	64									4	
	小计	86	1344	6	10	10	6	12		8	16	18	
专业（技能）方向课	电子商务客户服务方向	6	96			6							
	客户关系管理	4	64				4						
	网店运营推广	6	96			6							
	网店装修	4	64				4						
	移动商务运营	6	96			6							
	移动营销实务	4	64				4						
	小计	10	160			6	4						
专业拓展课	网店运营实训	4	64				4						
	模拟电子商务实训	6	96					6					
	考证辅导与技能测试	4	64					4					
	综合实践	4	64									4	

课程类别	课程名称	学分	总学时	各学期周数、学时分配									
				第一年		第二年		第三学年		第四学年		第五学年	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				16w	16w	16w	16w	16w	16w	16w	16w	16w	20w
专业技能课	助理电子商务师考证辅导	4	64								2	2	
	小计	22	352				4	10			2	6	
	商务沟通与谈判技巧	4	64				4						
	订单处理	4	64					4					
	国际贸易实务	4	64	4									
	基础会计	4	64			4							
	商品知识实务	4	64	4									
	企业管理	4	64			4							
	证券投资	4	64				4						
	网络软文写作	4	64					4					
	商品拍摄与图片处理	4	64				4						
	电子商务法规	2	32									2	
	普通话水平	2	32									2	
	商务数据分析与应用	4	64								4		
	外贸英语函电	4	64								4		
	网络消费者行为分析	4	64								4		
	网络零售实务	4	64									4	
	网络营销实务	4	64								4		
	实用网络技术	4	64									4	
	小计	34	544	4		4	8	4			8	6	
	转段考试文化基础课辅导	10	150						5w				
	转段考试专业课辅导	10	150						5w				
	企业实习	25	400						6w				19w
	军训及入学教育	2	30	2w									
	毕业论文答辩	1	16										1w
	总计	288	4586	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

说明:

1. 本方案每学年 52 周，其中教学 40 周（含复习考试及机动），假期 12 周。
第 1~9 学期，每学期教学 16 周，考试及机动 2 周；
2. 本方案中公共基础课总学时不足国家规定的最低要求时，学校可结合实际给予补足。
3. 建议专业核心课程全部采用理实一体化教学；
4. 本方案设计 3 个专业技能方向课，各校可根据实际情况选择开设；专业拓展课程中的选修课程可安排在正常教学时间内或利用课余时间选择开设；
5. 本方案中校内实训主要设施设备及数量为满足教学需要的基本标准，学校可根据具体情况优化配置；
6. 学分与学时的换算，16~18 学时折合为 1 学分。最低学分需取得 270 学分，本方案的总学分数为 288 学分，可供参考。

七、主要课程标准

标准 I 《电子商务基础》课程标准

适用阶段	☒ 中职阶段 ☐ 高职阶段		
课程类型	中职: ☒ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职: ☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	96	参考学分	6

一、前言

(一) 课程性质及任务

《电子商务基础》是电子商务专业的专业基础课，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和个人，系统地利用各种电子工具和网络，高效率、低成本地从事各种以电子方式实现的商业贸易活动。

(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的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一般框架结构；
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基础知识的能力；
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、政策和法规的能力；
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	了解电子商务简单概念、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、京东各属于那种模式的电子商务。	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	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
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。	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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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
	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

适用阶段	☒ 中职阶段 ☐ 高职阶段		
课程类型	中职: ☒ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职: ☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	108	参考学分	6

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、消费心理学、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、网络用户行为的分类、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) 进入自己感兴趣的帖子；(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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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
	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。	4
	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。	4
	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。	4
	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。	4
课时总计				108

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

适用阶段	☒ 中职阶段 ☐ 高职阶段		
课程类型	中职： ☒ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职： ☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	108	参考学分	6

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

网店综合实训 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	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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
典型案例	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。	4
	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。	4
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。	4
	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。	4
	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。	4
	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。	4
	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；	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	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
		能运用淘宝助理等工具提高网店经营管理水平。		
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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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
	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				108

四、实施建议

(一) 教材编写与选用建议

- 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;
- 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

适用阶段	☒ 中职阶段 ☐ 高职阶段		
课程类型	中职：	☒ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训	
	高职：	☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训	
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	108	参考学分	6

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向导，根据行业专家对电子商务专业所涵盖的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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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以及如何使用帮助,掌握 PS 相关参数的设置。 熟悉软件界面,掌握界面的调整方法。 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
	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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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
	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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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及参数设置、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 《电子商务物流》课程标准

适用阶段	☒ 中职阶段 ☐ 高职阶段		
课程类型	中职: ☒ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职: ☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

(一) 课程性质及任务

《电子商务物流》是电子商务专业的核心课程，本课程主要包括物流的概念、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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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 电子商务物流技术	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
	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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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。	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。	4
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	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
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

- 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；
- 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；
- 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

- 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。	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. 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

适用阶段	☒ 中职阶段 ☐ 高职阶段		
课程类型	中职： ☐ 专业核心 ☒ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职： ☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	108	参考学分	6

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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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
	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	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
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	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
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方，提出改进建议并及时加以改进。	3
	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；	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	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
		能够在 BBS 论坛和 Google、Yahoo 等搜索引擎上推广网店。	后，通过所设置的关键词进行搜索，并将搜索结果截图保存。	
	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。	3
	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	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
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；能够准确找到合适的网站盈利点，规避盈利模式的风险；能够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 《移动电商基础》课程标准

适用阶段	☒ 中职阶段 ☐ 高职阶段		
课程类型	中职： ☐ 专业核心 ☒ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职： ☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

(一) 课程性质及任务

《移动电商基础》是电子商务专业职业方向课程之一。通过该课程的教学，使学生掌握移动电商基础技术、移动电商模式和移动互联网营销服务等基础知识和基本技能，具备学习后续电子商务类专业技能课程的能力；对学生进行职业意识培养和职业道德教育，提高学生的综合素质与职业能力，为学生职业生涯的发展奠定基础。

(二) 课程设计思路

本课程以就业为导向，通过行业调查，对电子商务专业等专门化方向所涵盖的工作岗位进行工作任务与职业能力分析，以企业真实工作任务为引领，以电子商务专业能力为主线，以移动电商专门化方向的岗位职业能力为依据，选择与专门化方向工作任务相关、与学生生活比较贴近、学生比较感兴趣、与相关的职业资格鉴定内容相衔接的操作内容，按照能力掌握的难易程度，以循序渐进的方式组合，由浅入深、从易到难地培养学生的基础移动电商能力和职业素养。

二、课程目标

(一) 能力目标

1. 能会移动技术在移动电子商务方面的基础应用；
2. 能够开展不同移动电商模式下互联网营销；
3. 能运用移动电商知识解决移动电子商务运营问题。

(二) 知识目标

1. 了解移动电商的概念和移动电子商务发展状况；
2. 理解移动电商技术的基础应用；
3. 掌握移动电子商务的主要模式及应用；
4. 掌握移动互联网营销思想和常见手法。

(三) 素质目标

1. 培养学生强烈的学习兴趣，正确的学习方法和自主学习能力；
2. 培养学生良好的沟通协作能力和团队合作精神；
3. 巩固专业思想，养成良好的职业道德修养。

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 绪论	任务 1 初识移动电子商务	了解移动商务的概念、特点及优势。	现场体验：手机购物。	4
	任务 2 了解移动电商发展状况	熟悉移动电子商务发展现状及未来情景。	案例赏析：移动购物在双 11 中扮演的角色。	4
项目二 移动电商基础技术	任务 1 了解移动电商技术	了解移动通信技术、无线互联网技术、二维码与 RFID 技术、基于位置的服务技术等。	现场体验：智能手机系统。	4
	任务 2 认识移动终端	熟悉移动终端结构和移动终端制造商。	多媒体演示：移动终端设备。	4
项目三 移动电商模式	任务 1 移动商务应用	了解移动商务的交易服务、信息服务和移动定位服务、娱乐服务、金融服务等实际应用。	知识拓展：移动互联领域之二维码 O2O 商业应用。	8
	任务 2 移动电商模式	掌握移动电商的“设备+服务”商业模式、“平台+服务”商业模式、“内容+服务”商业模式等内容。	案例赏析：腾讯微商城。	8
项目四 移动电子支付	任务 1 了解移动电子支付	了解移动电子支付的概念及类型，熟悉电子银行和手机银行业务	多媒体演示：手机银行	4
	任务 2 移动电子支付模式	理解移动电子支付工具及流程，熟悉传统支付工具在移动电子商务中的应用。	现场体验：微信红包。	4
	任务 3 移动电子支付的安全与风险防范	掌握移动电子支付安全与风险防范。	分组讨论：移动电子支付安全问题有哪些，如何防范？	4
项目五 移动互联网营销	任务 1 认知移动互联网营销	了解移动互联网营销的概念、特点，掌握移动互联网营销的常见手法及注意事项。	知识拓展：粉丝经济。 案例赏析：滴滴出行 APP 营销。	4
	任务 2 微博营销	了解移动端微博、微博营销的概念、特点，掌握移动端微博营销的基本方法和技能技巧。	上机实操：学会微博墙的基本使用方法。	8

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务 3 微信营销	了解微信营销、微信开放平台、微信公众平台的概念，掌握订阅号申请、发送、管理的相关知识，掌握微信营销和移动二维码营销的基本思想和方法。	情景模拟：朋友圈营销。	8
项目六 移动电商与法律	任务 1 移动电商法律问题	了解移动电子商务不良短信、隐私侵权、诈骗犯罪等法律问题。	知识拓展：手机病毒带来的危害。	4
	任务 2 移动商务立法保障	了解各国移动商务的立法情况。	分组讨论：移动电子商务不良短信的治理。	4
总课时				72

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，应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型人才的目标，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；
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；
4. 教材内容应贯彻与时俱进的原则，借鉴国内外最新的研究成果，及时更新教学内容。案例设计注意典型性、时代性与可操作性。

（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“做中学、做中教”，将实践教学环节、创新思维培养引入课程。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。采用真实企业的工作任务，以完成每一任务为目标，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，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

1. 本课程的教学评价、考核方式采用多元化综合形，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，将项目考评、方案考评、过程考评、报告考评、知识考评相结合，对学生的知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观等进行全面评价；

3. 改变过去教学评价有教师一个人说了算得方式，采用“评价主体多元化，评价内容过程化，评价标准公开化”进行教学评价。由企业行家、学生、教师、学校督评机构共同对学生的作业和学习进行综合评价。

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. 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. 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；

4. 充分利用校内实训中心（移动电商实训工场、模拟网络营销实训工场等），进行仿真教学、现场教学、实习实训、职业技能证书考证，实现理论实践一体化教学，满足学生职业能力培养需求。

5. 搭建产学合作平台，充分利用本行业的企业资源（如淘宝、腾讯），建立校外实习基地，满足学生实地考察与调研、实习的需要。

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专业专业教学标准编制组集中讨论、分工编制。

标准 VIII 《电子商务案例分析》课程标准

适用阶段	☒ 中职阶段 ☐ 高职阶段		
课程类型	中职： ☒ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职： ☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☐ 工学一体		
参考学时	108	参考学分	6

一、前言

(一) 课程性质及任务

《电子商务案例分析》是中职电子商务专业的学生学习和掌握电子商务案例分析基本理论、基本知识与技能的专业课。

本课程在中职电子商务专业人才培养计划中是主要课程。该课程理论与技能培养并重，相互结合，培养电子商务应用型人才。

课程的教学是在电子商务概论、电子商务开发技术等课程的基础上展开的。目的是通过各种类型的电子商务案例的详细分析，掌握电子商务运作的一般规律。通过本课程的学习，让学生熟悉较多的电子商务案例，为学生提供分析、评估电子商务商务项目的方法，培养学生的案例分析能力和归纳总结能力，从而使学生在调查、讨论与实践的基础上更深入地理解电子商务基本原理。

(二) 课程设计思路

以中职的教育规律为基础，以中职教育培训目标为依据，以电子商务教学基地为平台整合教学内容。通过若干项目任务的分解学习，达到课程学习的要求。课程设计的基本思路包括：

1. 结合中等职业教育的特点，立足于培养应用型技术人才，遵循应用性、实用性、综合性、先进性的特点，突出实践操作技能的培养；
2. 创新性原则。根据该门课程的特点，打破学科性编制的旧思路，创新思路，充分体现课程标准的指导性作用；
3. 基于工作过程，建立职业环境。 加强校企联合，通过教学基地平台的使用，建立真实、仿真的工作环境，培养学生独立思考和解决问题的能力，使学生熟练掌握职业所需的主要知识、技能、态度和关键能力。

二、课程目标

(一)能力目标

1. 初步掌握电子商务项目的策划和运营的分析主线，力求对各种电子商务模式的理解，以便灵活应用；
2. 能够运用电子商务案例分析的模型，进行电子商务案例分析；
3. 能够比较准确地分析现阶段电子商务行业中的大多数电子商务企业；
4. 能够掌握案例分析的系统性，不仅对案例基本情况和功能框架的了解，更要对电子商务案例的内涵进行深层次的挖掘和提炼，并能在现实应用中举一反三。

(二)知识目标

1. 正确理解电子商务的涵义，掌握电子商务所涉及的核心概念和理论；
2. 认识电子商务的分类，掌握电子商务分类的基本方法；
3. 掌握电子商务模式的概念，掌握电子商务模式及其分类的方法；
4. 掌握电子商务案例分析模型的基本定义、案例基本情况汇总、结论与建议；
5. 掌握电子商务的商业模式、电子商务的技术模式、电子商务的经营模式、电子商务的管理模式、电子商务的资本模式的内容。

(三)素质目标

1. 具有热爱所学专业，爱岗敬业的精神和强烈的法律意识；
2. 具有胜任电子商务工作的良好的业务素质和身心素质；
3. 具有电子商务方面的竞争意识，分析判断能力，开拓创新能力和科学决策能力。

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 电子商务案例分析模型	任务 1 电子商务概述	了解电子商务的基本模式；熟悉电子商务系统的总体架构； 掌握电子商务系统建设的过程。	观看视频，了解电子商务的各种案例。	2
	任务 2 电子商务系统	正确认识电子商务模式，明确电子商务模式及其分类； 了解电子商务系统的总体架构、电子商务系统的支撑环境以及电子商务系统的建设过程与开发方式。	现场教学，要求学生写出电子商务的不同分类。	4
	任务 3 电子商务案例分析的内容和意义	了解电子商务案例分析的意义，掌握电子商务系统建设的过程； 掌握电子商务案例分析的方法。	掌握案例教学对于学习和研究企业电子商务经营的作用，并运用于企业实践。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目二 B2B 模式 电子商务案例	任务 1 B2B 模式概述	了解 B2B 的分类； 掌握 B2B 的盈利模式； 理解 B2B 的发展阶段； 掌握 B2B 平台的基本需求，选择 B2B 平台的盈利模式。	掌握 B2B 模式的发展规律，对 B2B 模式电子商务信息化的发展提出解决方案。	4
	任务 2 阿里巴巴案例分析	分析阿里巴巴如何引领中国电子商务发展，了解企业通过阿里巴巴平台拓展外贸业务的基本流程。	能够借助阿里巴巴平台帮助企业寻找贸易伙伴，拓展网上交易规模。	6
	任务 3 敦煌网案例分析	了解敦煌网的发展历程、敦煌网的服务和敦煌网的特点； 掌握中小企业电子商务网站建设的基本策略，发展趋势。	研究敦煌网的案例，查阅相关资料，找出其失败的原因，撰写案例分析报告。	2
项目三 B2C 模式 电子商务案例	任务 1 B2C 模式概述	理解 B2C 电子商务的概念，B2C 模式的特点；熟悉 B2C 电子商务的主要经营模式； 熟悉 B2C 平台的基本需求及功能。	能说出 B2C 电子商务模式的类型，讲清楚 B2C 电子商务的缺陷及改进方法。	4
	任务 2 亚马逊案例分析	了解亚马逊的发展历史，熟悉亚马逊网站提供的服务，理解亚马逊的营销方式，分析亚马逊的成功之处。	能分析案例中交易模式成功的关键点在哪里以及其商务模式的盈利点何在。	6
	任务 3 当当网案例分析	了解当当网的发展历史及其现状，熟悉当当网的主要功能和服务，掌握当当网的特点	浏览“当当网”，搜集当当网的背景资料，利用电子商务案例分析五大模型对当当网进行分析。	4
项目四 C2C 模式 电子商务案例	任务 1 C2C 模式概述	了解 C2C 模式电子商务的主要特点； 熟悉 C2C 模式电子商务的经营模式； 熟悉 C2C 模式电子商务的支付方式。	通过参观学校家电维修室，增加对常用电容器的感性认识，了解其种类、外形和参数。	2
	任务 2 淘宝网案例分析	了解淘宝网发展史及淘宝网商业模式分析，了解个人网店的运作规律，理解网上 C2C 交易的优势。	会开设个人网店，实际完成网上交易。	6
	任务 3 eBay 易趣案例分析	了解 eBay 的经营模式； 掌握 C2C 电子商务的支付技术； 掌握 C2C 电子商务的盈利方式。	易趣网上进行网上开店，发布自己的商品，进行商品的买卖、 outlook 收发邮件（进行加密、数字签名）、 使用 msn 进行商务沟通。	4
项目五 物流业 电子商务案例	任务 1 电子商务物流概述	了解电子商务物流的主要内容和模式； 掌握电子商务物流流程的合理化设计；	能说出电子商务物流的主要内容，理解“云物流”、“智能物流”。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
		掌握供应链和供应链管理的概念，分析相关企业的供应链管理流程和特色； 掌握以电子商务为特征的现代物流类型，第三方物流及其公司在电子商务中的地位。		
	任务 2 联邦快递案例分析	了解国际物流中心，第三方物流的概念，能描述第三方物流及其企业在电子商务和物流中的地位。	分析联邦快递是如何做到顾客的“全球物流专家”，他们的成功要素有哪些。	4
	任务 3 1 号店物流案例分析	能说出供应链和供应链管理的概念，理解供应链管理的流程和方法。	会分析案例中 1 号店的供应链管理流程和特色。	4
	任务 4 德邦物流案例分析	了解德邦物流的企业定位，网站功能以及网站带来的优势。	实际完成一次网上购物，并体会其物流过程。将该物流过程中遇到的问题和体会记录下来，写入实验报告。	4
项目六 旅游业电子商务案例	任务 1 旅游业电子商务概述	了解旅游业适合电子商务的特点； 了解旅游电子商务的分类； 掌握旅游电子商务的应用形式。	掌握旅游电子商务发展规律， 对旅游电子商务的发展提出解决方案	2
	任务 2 青旅在线案例分析	了解青旅在线的网站概况，服务设计思想和方法； 熟悉青旅在线的收入模式及支付方式。	掌握制约旅游电子商务发展的因素和对策； 学会在线搜索及预定机票、酒店的流程。	4
	任务 3 携程旅行网案例分析	了解携程电子商务实施情况，了解其服务内容和流程； 通过学习携程网的成功经验，了解服务型网站的建设理念。	在网上调查收集典型的旅游业电子商务网站，并选择其一对其整体规划、栏目内容、经营策略及特点、成功（或不成功）之处等进行详细分析，并填写案例分析报告。	6
	任务 4 “去哪儿”网案例分析	了解去哪儿网的商业概况，能对其网站商业模式进行分析，掌握其网站运营的管理模式。	学生能够通过“去哪儿网”设定对酒店，机票，度假等在线旅行产品度假的要求，并且能够预定。	4
项目七 电子商务支付案例	任务 1 电子商务支付模式案例	了解电子支付的主要类型和模式； 掌握电子支付的流程和支付工具的使用； 通过电子商务支付案例分析，培养学习者网上支付的安全意识，有效利用支付工具进行网上支付的能力，以及诚信精神。	能说出电子支付的主要类型和模式，能够描述电子支付的流程。会使用电子商务支付方法。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务 2 第三方电子模式案例	明确第三方电子商务支付的定义、概念； 理解其与其他电子支付模式的根本区别。	使用支付宝付电话费。	4
项目八 网络直销案例	任务 1 网络直销概述	了解网络直销的定义、特点； 了解网络直销存在的问题。	掌握网络直销渠道的建设方法；灵活运用所学知识分析相关案例。	4
	任务 2 戴尔的网络直销案例分析	了解戴尔公司的营销模式，目标顾客，收入来源，熟悉戴尔的经营目标。	学习戴尔公司的电子商务模式，分析戴尔电子商务的特别之处。	4
	任务 3 DHC 的网络直销案例分析	了解 DHC 的网络病毒营销，体验营销，口碑营销和会员制体系。	尝试登陆 DHC 网站，申请试用装。	4
项目九 网络虚拟社区案例	任务 1 虚拟社区概念	了解虚拟社区的定义，类型、形式、特征及独特属性； 了解虚拟社区的盈利模式、技术模式、商业模式、经营模式。	能够分析虚拟社区发展存在的制约因素，写出发展虚拟社区的建议。	2
	任务 2 天涯社区案例分析	了解天涯社区的内容简介、社区服务、模式及优势，熟悉天涯社区现在面临的问题及解决方案。	浏览天涯社区，在天涯社区注册账号，发表文章。	6
	任务 3 百度贴吧案例分析	了解百度贴吧的基本情况、功能、能熟悉百度贴吧的主要功能区和模式分析。	申请个人百度账号、在百度贴吧等信息发布平台发布信息。	4
课时总计				108

四、实施建议

（一）教材编写与选用建议

- 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；
- 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、新技术和新发展；
- 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

- 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。

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。	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操作后理论，通过实际操作熟悉电子商务案例分析。

标准 IX 《网页制作》课程标准

适用阶段	☒ 中职阶段 ☐ 高职阶段		
课程类型	中职： ☒ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职： ☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☐ 工学一体		
参考学时	108	参考学分	6

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. 能独力设计主题鲜明、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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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
	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

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	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
	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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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
	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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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
	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 XI 《市场调查与预测》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职: ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职: ☐ 职业基础 ☐ 职业核心 ☒ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☐ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

(一)课程性质及任务

《市场调研与预测》是电子商务专业方向课程，是基于市场调研工作过程开发的一门集调研业务知识与实践技能相结合的专业课程。通过本课程学习，使学生能比较全面系统地了解市场调研的工作流程，掌握市场调研的基本理论与方法，培养学生较好的开展市场调研、分析、预测和解决企业相关市场问题的能力，以适应信息时代我国企业经济活动的开展对于市场信息的收集和分析的需要。

本课程要求学生在掌握市场调查与预测基础知识的基础上，按市场调研工作流程，正确制定市场调查方案，选择市场调查方法，实施调研，撰写调研报告，从而培养学生的市场研究意识、市场意识、科学决策意识、服务意识等，从而具备较高的专业综合素质及业务的处理能力。

(二) 课程设计思路

为了使學生能够掌握市场调查与预测活动及组织的基本知识、基本原理和基本技能，在编写组织上，按照市场调查与预测活动的内容及一般情境展开，注重知识点的归纳，使学生易于理清教材的知识体系。既加深了学生对市场调查与预测各项基本原理的领悟，又保证了对市场调查与预测业务活动基本技能的掌握，从而方便学生将知识转化为专业性的技能技巧，提高其解决和处理市场现实问题的综合能力；在体例设计和语言运用上，吸纳了国外教学参考书的优点，使学习情境与职业情境、生活情境紧密结合，注意了行文、版式的活泼与优美，使其具有了一定的可读性，从而使學生可以在学习中获取经验且构建应用知识的框架，以获取实际的职业行动能力。

二、课程目标

(一)能力目标

1. 能够根据企业需要确定市场调查项目；
2. 能够根据市场调查项目建立或选择市场调查机构；

3. 能够进行市场调查策划，制定市场调查方案；
4. 能够根据市场调查问卷的有关知识，编制市场调查问卷；
5. 能够选择市场调查方法，进行实地市场调查；
6. 能够利用计算机软件整理统计调查资料并进行分析；
7. 能够根据市场调查结果写成市场调查报告；
8. 能够运用市场预测的方法进行简单的市场预测。

(二)知识目标

1. 熟悉市场调查的内容和方法；
2. 掌握市场调查的原则和流程；
3. 掌握抽样技术及样本数量的确定原理；
4. 掌握调查资料整理与分析的内涵及内容，理解多问题和多因素的综合；
5. 掌握调查问卷设计的类型、原则和程序；
6. 了解市场调查报告的作用及种类；
7. 了解市场预测的涵义及作用、定性预测和定量预测的概念；
8. 掌握市场预测的内容、种类、对比类推法、集体意见法、德尔菲法、时间序列预测法的涵义。

(三)素质目标

1. 发现、分析和解决问题的能力；
2. 具有团队精神和初步具有创新能力；
3. 市场调研的综合素质；
4. 良好的职业道德。

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 调查基础	任务 1 市场调查 基础知识	了解调查与预测的含义、市场调查的服务对象及具体内容，体会调查与预测在营销中的重要性； 掌握市场调查的原则、内容、类型和程序；具备市场调查的基本认知能力，能够为企业确定市场调查目标。	教师（学生）课程与辅导资料，讲授与实例结合。	3
	任务 2 设计市场 调查方案	了解市场调查方案设计的要求； 熟悉市场调查方案设计的意义、内容和流程； 掌握市场调查方案可行性研究的方法及设计技巧； 具备初步设计市场调查方案的能力，能对给出的市场调查方案设计的可行性进行分析。	讲授与实例结合、学生课堂练习。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目二 调查方法	任务 1 文案调查	理解二手资料的来源及其重要性； 了解文案调查的含义； 掌握文案调查的资料及调查程序； 熟悉文案调查的含义及特点，能够进行基本的文案调查资料管理与利用。	培养学生应用二手资料调查法搜集完整适用的资料。	3
	任务 2 实地调查	了解实地调查方法的含义及特征； 掌握实地调查的基本程序。	现场教学，要求学生提前了解实地调查方法的含义及特征，并预习实地调查的基本程序。	3
	任务 3 问卷调查	了解问卷调查的相关概念，以及问卷在数据处理和分析中的作用； 熟悉调查问卷的类型和基本结构与内容； 能够按照问卷设计的程序进行具体操作。	具备应用合理的访问法进行原始资料搜集。	5
	任务 4 抽样调查	了解抽样调查的基本概念及常用编码意义；熟悉影响样本准确性的因素； 掌握抽样调查的组织过程和内容。	能应用合适的观察方法和工具进行实地调查。	4
项目三 市场调查的 实施	任务 1 市场调查的 测量技术选择	了解问卷设计的过程， 能进行简单的问卷设计； 能利用态度测量表解决实际问题。	练习并掌握设计调查问卷的方法。	4
	任务 2 市场调查 现场实施	了解市场调查机构的类型； 熟悉市场调查人员的素质要求及培训方式方法； 掌握进行市场调查的程序； 能借助市场调查机构进行市场调查。	观看市场调查视频、动画等，安排学生分组尝试开展市场调查实践。	6
项目四 调查资料的 整理与分析	任务 1 市场调查 资料整理的 内容和程序	了解市场调查资料整理的基本内容； 掌握市场调查资料整理的程序； 能够进行基本的市场调查资料整理。	结合案例让学生掌握市场调查资料整理的程序。	4
	任务 2 市场调查 资料的整理	了解调查资料加工的程序； 能够利用具体方法对调查资料进行加工整理。	讲授与多媒体教学结合，让学生掌握调查资料加工整理的方法。	6
	任务 3 市场调查 资料基础 分析	了解统计图和统计表； 能制作统计图和统计表。	讲授与多媒体教学结合，要求学练习制作基本的统计图和统计表。	3
项目五 市场预测	任务 1 市场预测 的基本原理	了解市场预测的基本原理和原则； 掌握市场预测的基本方法。	讲授与多媒体教学结合。	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务 2 定性预测法	了解定性预测方法的含义及特征；掌握对比类推法、综合意见法、主观概率法和先行指标预测法等定性预测的基本方法的含义和特点；能运用头脑风暴法、德尔菲法进行简单的市场预测。	举例对头脑风暴法、德尔菲法等定性分析方法进行比较。	5
	任务 3 定量预测法	了解时间预测和回归分析的含义；掌握几种基本的时间序列预测方法；能够利用定量预测常用的方法进行简单的市场预测。	讲授与多媒体教学结合，通过案例让学生掌握利用时间预测和回归分析进行预测的方法。	5
项目六 市场调查报告的撰写	任务 1 市场调查报告的重要性	了解市场调查报告的作用及重要性；熟悉市场调查报告的种类及特点。	播放动画视频让学生熟悉调查报告的种类及特点。	2
	任务 2 市场调查报告的撰写技巧	了解撰写市场调查报告的基本原则与要求；熟悉市场调查报告的写作要点及应注意的问题；掌握市场调查报告的格式与基本结构。	通过调查报告案例让学生掌握调查报告的基本结构和写作技巧。	4
	任务 3 编制消费者购买行为调查方案、实施方案及撰写调查报告	掌握市场调查前准备、确定市场调查项目、选择市场调查机构、设计市场调查抽样、选择市场调查方法、设计调查问卷、制定市场调查方案、组织实施市场调查、资料整理及统计、分析市场调查资料、编制市场调查报告、预测市场发展趋势的实施过程；能够完整的编制调查和实施方案，并形成调查报告。	通过项目教学，使学生能够根据特定的调查目标和调查结构撰写市场调查报告。	8
课时总计				72

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高职高专精品教材，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. 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、新工艺和新材料；

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. 广泛采用项目教学,由以教师为中心转变为以学生为中心,由以课本为中心转变为以“项目”为中心,由以课堂为中心转变为以实际调研工作为中心。运用项目教学法进行教学设计的时候,我们强调学生是认知的主体、是知识意义的主动建构者。根据项目教学的教法思路 and 教学设计原则,整个课程教学采用一个实际企业委托的调研项目为主线,将学生进行模拟分组,组成团队,由小组在教师指导确定具体的项目任务,教师通过下发项目任务书把学生引入到需要通过某知识点来解决现实问题的情景,小组通过团队协作学习,开展小组交流、讨论,共同完成项目;

2. 积极推广任务驱动法,整个课程教学从课堂讲授、教学组织和实训环节均围绕一系列的任务进行,学生在教师的引导下开展探究性学习,通过参与任务解决的过程,实现学生主动学习,学与做相结合;

3. 注重情景教学法在调动学生的学习积极性、促使学生自主学习、自主探究上的作用。在教学中,根据学生的特点和心理特征,以及调研工作的实际情况设置适当的情境,将抽象的任务具体化、情景化,从而引起学生的兴趣,从而获得最佳的教学效果。比如在项目任务五中选择调研方法进行信息收集时,一些具体的调研方法如何选择,如何运用,我们就可以利用利用电教创设情境,借助板画展示情境,借助语言入情境,这样就将比较抽象的方法生动化,学生易学易懂;

4. 在教学过程中尝试采用角色扮演法,课程中每一项任务的完成都需要团队来做,团队中的每一成员都有一角色扮演;同时我们在任务完成后的任务评价中,由学生充当评判员角色可以增加学生的成就感和责任感;

5. 积极尝试其他教学方法,除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外,结合课程的特点,适应高职的要求,探索并完善以参与式、体验式、交互式 and 模拟教学等实践教学为基本形式的多种方法。

(三) 考核与评价建议

1. 在考核方法上,注重全面考察学生的学习状况,启发学生的学习兴趣,激励学生学习热情,促进学生的可持续发展;

2. 对学生学习的评价,既关注学生知识与技能的理解和掌握,更要关注他们情感与态度的形成和发展,同时既要关注学生学习的结果,更要关注他们在学习过程中的变化和发展;

3. 评价的手段和形式应多样化, 要将过程评价与结果评价相结合, 定性与定量相结合, 充分关注学生的个性差异, 发挥评价的启发激励作用, 增强学生的自信心, 提高学生的实际应用技能。

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。	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. 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. 应充分利用各种教学资源、工具和场所, 主要包括各种案例材料、图片、信息、网络、图书馆, 以及专业期刊、电视广播等, 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;
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。

标准 XI 《视觉营销》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职： ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职： ☒ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

(一)课程性质及任务

本课程是电子商务专业的一门运营方向课，通过理实一体化的教学理念，采用项目实战的教学方法，培养学生运用网络资源，深入理解网店视觉营销基础知识，掌握网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等职业能力。本课程具有一定的综合性实践性，是培养网店运营人员的一门综合技能训练课。

(二) 课程设计思路

本课程主要根据网店运营等岗位需要，采用典型工作任务项目化课程开发模式，打破原有的以理论为主的内容结构和课序，根据工作任务进行课程项目设计，重视实践教学，遵循科学的职业教育理念，确定本课程学习目标和学习内容。让学生通过项目化的实践，在真实的学习情境中学习并掌握网店视觉设计能力。

二、课程学习目标

(一) 能力目标

1. 收集分析网上信息的主法能力；
2. 主动建构新知识的学习迁移能力；。
3. 敏锐的观察比较能力；
4. 分析问题，组织策划方案析的能力；
5. 顺应市场发展趋势的应变能力和商机分析能力；。
6. 创新能力。

(二) 知识目标

1. 了解网店视觉营销综述、视觉设计元素、视觉色彩、视觉设计中字体的应用、视觉构图；
2. 了解用户体验、视觉定位、店铺结构、商品陈列；
3. 掌握文案完美视觉化技巧；
4. 了解商品主图、直通车推广图片设计、钻石广告设计；。
5. 了解首页、内页；
6. 掌握视觉营销数据化。

(三) 素质目标

1. 网上网下良好的表达沟通能力；
2. 全局观念和团队协作精神；
3. 坚忍不拔的工作态度和较强的责任心；
4. 积极乐观的心态。

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 网店视觉营销基础知识	任务 1 初识网店视觉营销	了解视觉营销概念。 了解实体店与网店的视觉营销异同。 了解视觉营销对网店的意义。	通过分析比较让学生初步认识网店的视觉营销。	2
	任务 2 视觉设计元素	认识视觉中的点。 认识视觉中的线。 认识视觉中的面。 认识视觉中的图案。	通过大量图片案例让学生认识视觉设计的各种元素。	2
	任务 3 认识视觉色彩	了解色彩基本属性。 掌握配色与信息传达的关系。	正反配色方案案例分析。	2
	任务 4 视觉设计中字体的应用	掌握字体的选择与设计。 灵活运用字体的搭配与布局。	引导练习-支撑知识讲解-同步练习-自主学习任务。	2
	任务 5 视觉构图	掌握视觉构图的要点。	案例教学。	2
	任务 6 电子商务形象识别系统	了解电子商务形象识别系统。 设计电子商务形象识别系统。	引导练习-支撑知识讲解-同步练习-自主学习任务。	2
项目二 网店布局	任务 1 用户体验	掌握客户分析方法。 分析客户浏览路径。	引导练习-支撑知识讲解-同步练习-自主学习任务。	2
	任务 2 视觉定位	了解视觉信息传递。 掌握品牌型和营销型视觉。	案例观摩教学、小组讨论。	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务 3 店铺结构	了解首页布局。 了解描述页布局。 了解搜索列表页。 了解自定义页。	先了解各种页面的布局， 然后从整体上把握店铺结构。	6
	任务 4 商品陈列	了解品类排序。 掌握商品搭配。 搭配系列组合。	案例教学，设置情境，分 组完成任务。	4
项目三 文案视 觉化	任务 1 文案视觉 化	了解文案视觉化的重要性。	案例教学。	2
	任务 2 商品营销 文案视觉 化	了解商品营销。 了解商品营销经典 FABE 法则。	通过完成任务，让学生认 识 FABE 法则。	2
	任务 3 视觉创意	掌握产品视觉创意。 掌握活动视觉创意。	案例教学，设置情境，分 组完成任务。	2
项目四 流量引 导	任务 1 流量构成	了解流量构成的各个因素。	讲授法。	2
	任务 2 商品主图	了解主图的规范和素材选择。 掌握主图的构图和信息分层。 掌握主图的品牌化宣传的方法。	大量案例讲解如何制作商 品主图。	4
	任务 3 直通车推 广图片设 计	掌握单品推广设计。 欣赏明星店铺设计。 掌握活动推广设计。 掌握直通车图片的优劣分析运用。	大量案例讲解设计直通车 推广图片，并设定情境， 布置任务。	8
	任务 4 钻展广告 设计	了解钻展广告设计标准。 掌握设计实施步骤。 掌握素材库管理。	案例观摩教学。	4
项目五 提升转 化率设 计	任务 1 首页设计	掌握店招设计。 掌握首焦设计。 掌握首屏设计。 掌握分类设计。 掌握促销活动区设计。 掌握页尾设计。	引导练习-支撑知识讲解- 同步练习-自主学习任务。	8
	任务 2 内页设计	掌握方案视觉化。 掌握卖点视觉化。 掌握情感视觉化。	引导练习-支撑知识讲解- 同步练习-自主学习任务。	4
项目六 视觉营 销数据 化	任务 1 视觉营销 数据化流 程	理解视觉营销数据化流程。	用流程图讲解数据化流 程。	2

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务2 视觉营销数据化前期收集与定位	了解店铺整体视觉定位。 掌握描述页面产品展示的逻辑结构定位。	各种案例定位数据分析。	4
	任务3 视觉营销数据化中期应用与设计	1.掌握视觉营销数据化后期分析与修正。 2.了解视觉营销数据流程化的总结方法。	案例教学，督促学生完成视觉营销数据流程化的总结。	2
课时总计				72

四、实施建议

（一）教材选用与相关资源

以就业为导向、以学生为本的原则，将视觉营销与实际应用相结合，注重实践技能的培养，注意视觉营销领域的新知识、新技术。

1. 教材

《网店视觉营销》，淘宝大学著，电子工业出版社。

2. 参考网站

(1) <http://www.taobao.com>（淘宝网）。

(2) C 实习：<http://www.cshixi.com/about.php>

（二）教学方法与手段建议

1. 制作电子课件、微课、精品课程等资源进行网络和课堂学习、交流、沟通；
2. 利用现代多媒体电子教学手段（云课堂、蓝墨云班课、C 实习平台等）激发学生学习兴趣；

3. 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，使视觉营销技术基本理论的学习、基本技能的训练与实际应用相结合。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

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。	策划方案	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. 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操作，通过操作巩固所学理论知识点，并做到举一反三。

标准 XII 《移动电子商务实务》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职: ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职: ☒ 职业基础 ☐ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

(一) 课程性质及任务

《移动电子商务实务》是电子商务专业必修课程之一。通过该课程的教学,使学生掌握移动商务技术、移动商务应用模式和移动商务交易服务等基础知识和基本技能,具备初步的创建、管理和维护企业移动商务的能力。

本课程在电子商务专业的人才培养中突出移动时代的到来给电子商务带来的新的变化和契机,让学生能与时俱进的将电子商务的商业模式运用到移动商务活动中,以提高学生的综合素质与职业能力,为学生职业生涯的发展奠定基础。

(二) 课程思路

由于移动电子商务是电子商务的新的发展领域,针对移动商务知识更新快、新业务不断涌现等特点和学生对相关专业的先进技术和知识的学习而设计。在教学上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,突出工作任务与知识的联系,让学生在职业实践活动的基础上掌握知识,增强课程内容与职业岗位能力要求的相关性,提高学生的就业能力。

学习项目选取的基本依据是该门课程涉及的专业领域和工作任务范围,但在具体设计过程中,以学生的就业为导向,根据行业专家对本专业所涵盖的的岗位群体进行的任务和职业能力分析,同时遵循高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. 能会移动通信技术、物流技术、电子支付等在移动商务方面的应用;
2. 能使用移动技术进行简单的移动产品的开发;
3. 能使用相关工具进行移动产品的销售、服务管理和客户关系管理;
4. 能够进行移动电子商务营销策划;

5. 能运用移动电子商务知识为企业提供好的移动商务解决方案。

(二) 知识目标

1. 了解电子商务的前沿发展方向和移动电子商务发展趋势；
2. 理解移动通信、移动商务物流、电子支付等移动电子商务技术；
3. 熟悉移动电子商务的主要法律问题和法律保障；
4. 掌握移动电子商务营销、移动商务价值链和应用模式分析。

(三) 素质目标

1. 培养学生强烈的学习兴趣，形成正确的学习方法，有一定的自主学习能力；
2. 培养学生的独立工作和创新能力，具备与他人良好的沟通协作能力和团队合作精神；
3. 培养学生爱岗敬业、吃苦耐劳、诚实守信、乐于奉献等良好的职业道德规范和素养。

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 移动电子商务概述	任务 1 初识移动电子商务	了解移动商务的内涵与特点。	现场体验：手机购物及应用。	4
	任务 2 移动商务发展状况调查	熟悉移动电子商务发展变革以及我国移动商务的应用状况。	调查研究：生活中的移动电子商务	4
项目二 移动电子商务技术	任务 1 了解移动商务技术	了解移动通信技术、无线互联网技术、二维码与 RFID 技术、基于位置的服务技术、云计算、大数据与物联网技术、移动电子商务开发的新技术（HTML5 和 CSS3）等。	现场体验：手机操作系统中移动技术的应用。	4
	任务 2 认识移动终端	熟悉移动终端结构和移动终端制造商。	多媒体演示：移动终端设备。	4
项目三 移动电子商务应用	任务 1 移动商务价值链分析	了解移动商务生态系统；了解移动电子商务价值链的生成，移动电子商务产业价值链演进分析等。	案例赏析：3G 移动商务产业链的成功经验。	4
	任务 2 移动商务应用模式分析	了解移动电子商务应用模式的特征和类型；分析 O2O 模式、平台模式、免费模式等移动电子商务运营模式在交易、娱乐、金融、通信等方面的应用。	知识拓展：移动定位服务、移动短信服务、移动电视、移动阅读等。	8

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目四 移动电子支付	任务 1 了解移动电子支付	了解移动电子支付的概念及类型； 熟悉电子银行和手机银行业务	多媒体演示：手机银行	4
	任务 2 移动电子支付运营模式	理解移动电子支付流程及常见的几种运营模式； 熟悉传统支付工具在移动电子商务中的应用。	动手操作：通过自有移动终端（手机）尝试运用移动电子支付方式完成支付过程。	4
	任务 3 移动电子支付的安全与风险防范	掌握移动电子支付安全与风险防范。	分组讨论：移动电子支付安全问题有哪些，如何防范？	4
项目五 移动商务营销	任务 1 认知移动商务营销	了解移动商务营销的概念、特点； 掌握移动商务营销的内容； 熟悉移动商务营销的发展趋势。	知识拓展：粉丝经济。	4
	任务 2 移动商务市场开发	理解移动电子商务的市场目标与定位； 掌握移动 APP 营销、LBS 营销、二维码营销、微博营销、微信营销等营销方法。	情景模拟：微信营销。	8
	任务 3 移动商务营销策略选择	掌握如何运用移动电子商务的 4P 策略；移动电子商务的 4C 策略。	习题训练：撰写移动电子商务营销方案。	4
项目六 移动商务与物流	任务 1 了解移动商务物流技术	了解条码技术、射频技术、GIS 技术、GPS 技术等物流技术。	视频播放：进一步了解物流技术。	4
	任务 2 移动商务在物流企业应用	了解移动电子商务在物流企业中的应用。	案例赏析：沃尔玛移动商务物流管理。	4
项目七 移动商务与法律	任务 1 关注移动商务法律问题	了解移动电子商务不良短信、隐私侵权、诈骗犯罪等法律问题。	知识拓展：手机病毒带来的危害。	4
	任务 2 了解移动商务立法保障	了解各国移动商务的立法情况。	分组讨论：移动电子商务不良短信的治理。	4
总课时				72

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，应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. 教材必须紧扣高职教育培养技能应用型人才的目标，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；

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；

4. 教材内容应贯彻与时俱进的原则，借鉴国内外最新的研究成果，及时更新教学内容。案例设计注意典型性、时代性与可操作性。

（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“做中学、做中教”，将实践教学环节、创新思维培养引入课程。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。采用真实企业的工作任务，以完成每一任务为目标，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，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

1. 本课程的教学评价、考核方式采用多元化综合形，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，将项目考评、方案考评、过程考评、报告考评、知识考评相结合，对学生的知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观等进行全面评价；

3. 改变过去教学评价有教师一个人说了算得方式，采用“评价主体多元化，评价内容过程化，评价标准公开化”进行教学评价。由企业行家、学生、教师、学校督评机构共同对学生的作业和学习进行综合评价。

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。	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。	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. 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；

4. 充分利用校内实训中心（移动电商实训工场、模拟网络营销实训工场等），进行仿真教学、现场教学、实习实训、职业技能证书考证，实现理论实践一体化教学，满足学生职业能力培养需求。

5. 搭建产学合作平台，充分利用本行业的企业资源（如淘宝、腾讯），建立校外实习基地，满足学生实地考察与调研、实习的需要。

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专业专业教学标准编制组集中讨论、分工编制。

标准 XIII 《跨境电子商务》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职： ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职： ☐ 职业基础 ☒ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	108	参考学分	6

一、前言

（一）课程性质及任务

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

（二）课程思路

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

二、课程目标

（一）能力目标

1. 能顺利开通跨境电商店铺账号；
2. 能熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式；
3. 能深入调研海外市场跨境电商发展情况、形成可供企业采纳的调研报告；
4. 能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作；
5. 能合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布；
6. 能制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广；

7. 能及时处理订单、提升客户体验感和满意度；
8. 能及时处理争议订单，维护老客户、开发新客户。

(二) 知识目标

1. 会跨境店铺注册；
2. 了解跨境物流与海外仓；
3. 掌握海外市场调研知识；
4. 掌握跨境选品和产品信息知识；
5. 灵活运用跨境产品定价策略；
6. 会刊登和发布操作方法；
7. 灵活运用跨境店铺优化及推广方法；
8. 熟悉接订单、发货、出境报检报关流程；
9. 了解收款、售后服务及客户维护流程。

(三) 素质目标

1. 培养学习兴趣，形成正确的学习方法，有一定的自主学习能力；
2. 培养踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风；
3. 巩固专业思想，熟悉职业规范和道德；
4. 培养善于沟通和团队合作的工作品质。

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 基础操作	任务 1 开通商铺	学会注册账户、实名认证。	整个流程截图，用 PPT 展示。	4
	任务 2 管理产品	掌握产品发布、产品管理、搜索诊断、模块管理、管理订单通知。	模拟操作演示--分小组操作。	6
	任务 3 交易管理	熟悉管理订单、成交不卖规则、资金账户管理、交易评价。	案例教学、小组讨论。	6
项目二 平台规则	任务 1 注册规则	掌握注册具备条件和实名认证规则。	逐条学习规则，并举例说明。注意最新规则变更情况。	2
	任务 2 发布规则	掌握禁售、限售规则、知识产权规则、搜索排序规则、搜索作弊及行业规则。	逐条学习规则，并举例说明。注意最新规则变更情况。	6
	任务 3 交易规则	了解成交不卖与虚假发货、货不对板与违背承诺、不正当竞争与不法获利、信用炒作与销量炒作、促销规则、物流与纠纷规则。	逐条学习规则，并举例说明。注意最新规则变更情况。	6
	任务 4 放款规则	确定一般放款规则、特殊放款规则。	逐条学习规则，并举例说明。注意最新规则变更情况。	2

	任务 5 评价规则	掌握评价积分规则、评价修改和评价申诉。	逐条学习规则,并举例说明。注意最新规则变更情况。	4
项目三 市场选品	任务 1 站内选品	理解行业选品、类目选品、产品选品。	案例教学。	6
	任务 2 站外选品	了解线下选品。	案例教学。	2
项目四 跨境物流	任务 1 邮政物流介绍	熟悉 EMS、E 邮宝、中国邮政大包、中国邮政小包。	逐一介绍,强调应用范围。	4
	任务 2 商业快递介绍	了解 TNT、UPS、Fedex、DHL。	分别讲解这四种快递优缺点及应用范围。	2
	任务 3 专线物流	了解航空燕文、俄速通、Aramex。	与其他两种物流方式进行比较讲解	2
项目五 市场营销	任务 1 速卖通营销	学会店铺自主营销、联盟营销、橱窗推荐、关联营销、平台活动。	模拟操作演示。	8
	任务 2 速卖通直通车	掌握直通车基础概况、利用直通车获取流量、提高直通车转化率、直通车推广策略。	模拟操作演示。	10
	任务 3 速卖通大促	理解大促的意义、大促中的卖家、大促王牌活动、卖家的大促计划。	优秀案例分享。	6
项目六 数据分析	任务 1 行业数据分析	学会行业情报、选品专家、关键词分析。	模拟操作演示,小组讨论。	6
	任务 2 店铺经营分析	了解全球市场实时风暴、店铺概况分析、店铺流量来源分析、装修效果分析、自有商品分析。	模拟操作演示,小组讨论。	8
项目七 客户服务	任务 1 海外客户的速卖通体验	了解销售对象、解决买家可能遇到的问题。	鼓励学生情境假设,并小组讨论处理办法。	6
	任务 2 信用评价	掌握信用评价的规则、出现中差评的原因、完善服务、如何解决差评问题。	典型案例分析。	6
	任务 3 应对卖家纠纷	如何客户催评,如何和客户沟通修改评价。	典型案例分析。	6
课时总计				108

四、实施建议

(一) 教材选用与相关资源

以就业为导向、以学生为本的原则，将跨境电商与实际应用相结合，注重实践技能的培养，注意反映跨境电商领域的新知识、新技术、新规则。

1. 《跨境电商:阿里巴巴速卖通宝典》速卖通大学，电子工业出版社，2014年12月

2. 速卖通大学: <http://daxue.aliexpress.com/>

3. 递四方: <http://express.4px.com/>

4. C实习: <http://www.cshixi.com/about.php>

(二) 教学方法与手段建议

1. 制作电子课件、微课、精品课程等资源进行网络和课堂学习、交流、沟通；
2. 利用现代多媒体电子教学手段（云课堂、蓝墨云班课、C实习平台等）激发学生学习兴趣；

3. 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，使跨境电子商务技术基本理论的学习、基本技能的训练与实际应用相结合。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

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

（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操作，通过操作巩固所学理论知识点，并做到举一反三。

标准 XIV 《网店运营》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职： ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职： ☐ 职业基础 ☒ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

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) 课程设计思路

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	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	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
		格并，最终确定所选产品的价格。		
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的类型和学生的爱好，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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	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，写出总结报告。	3
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	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
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，提出改进建议并及时加以改进。	2
	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。	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。

标准 XV 《网络编辑实务》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职： ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职： ☐ 职业基础 ☒ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

（一）课程性质及任务

《网络编辑实务》是电子商务专业的一门职业岗位核心课程，是电子商务专业学生必修的一门课程。该课程的主要内容包括：网络编辑工作；网络信息筛选与归类；网络内容编辑；网络原创内容；网络图片编辑；网络专题策划与制作；网络互动形式等，主要培养学生在岗位工作过程中要用到的网络信息编辑、处理与策划能力。本课程旨在通过网络编辑知识的学习，使学生了解网络编辑工作的一般规律，掌握网络信息编辑的综合技能，以便将来能够胜任各类网站的网络编辑工作。

该课程是一门操作性很强的课程，要求在完成基础知识教学任务的同时，加强学生实际动手能力的培养。本课程要求通过课堂实例教学和课程实训，强化学生的实际操作能力。

（二）课程设计思路

本课程以电子商务企业实际工作任务为载体，以校企合作为平台，依托企业典型电子商务业务，以网络编辑员岗位工作任务为导向，以网络信息编辑及发布技能培养为驱动进行教学设计，突出工作任务与知识的联系，让学生在职业实践活动的基础上掌握知识，增强课程内容与职业岗位能力要求的相关性，提高学生的就业能力。

学习项目选取同时遵循高等职业学校学生的认识规律，按照能力掌握的难易程度，以循序渐进的方式组合，并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. 能熟练使用各类搜索引擎搜索有效信息和使用数码相机、扫描仪、数码摄像机、数码录音设备等采集并保存信息；
2. 能根据要求选用编辑软件处理图片、音视频信息；
3. 能编写描述商务资讯信息，达到商业推广的目的；

4. 能根据需求选择合适的信息发布途径，及时发布信息；
5. 能运用网络编辑知识及技能，独立开展网络编辑员工作。

(二)知识目标

1. 了解网络编辑工作、职业定位、工作流程和工作内容；
2. 熟悉网络编辑常用设备、工具和软件的使用；
3. 掌握对各类信息进行筛选、归类和加工及内容原创的基本技能；
4. 掌握对各种网络文稿和图片、音视频信息的修改编辑和发布的基本技能；

(三)素质目标

1. 培养学生强烈的学习兴趣，形成正确的学习方法，有较强的自主学习能力；
2. 培养学生的独立工作能力，具备与他人良好的沟通协作能力和团队合作精神；
3. 培养学生爱岗敬业、吃苦耐劳、诚实守信、乐于奉献等良好的职业道德规范和素养。
4. 培养学生敏锐的辨别力，富于创新的想象力，精通的新闻理论和业务能力，较强的语言文字功底和社会活动能力，较强的调查研究能力。

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 网络编辑概述	任务1 走进网络	熟悉因特网应用的基本操作和网络新兴媒体的应用； 掌握网络编辑必须的网络技术操作技能； 了解中国网络管理基本法律法规。	上机实操：学会收发处理不同电子邮件。	4
	任务2 网络编辑认知	了解网络编辑工作特点和工作内容； 了解网络编辑员应具备的职业能力和职业素养。	知识拓展：《网络编辑员国家职业标准》。	4
项目二 网络信息的采集与整理	任务1 网络信息采集工具使用	掌握学会操作使用各种常见的信息采集工具（数码相机、摄像机、扫描仪、复印机、录音笔、搜索引擎等）。	多媒演示：数码相机拍摄技术。 上机实操：有关“网红”网络信息的采集。	4
	任务2 网络信息的价值判断和归类	掌握有关网络信息的来源分析、信息的价值判断、信息的筛选、判断信息的关键词、对信息进行归类等知识和技能。	上机实操：分小组搜集当前某热点事件（背景、起因、发展、主要人物、观点），并按一定标准进行筛选和归类。	4
项目三 网络信息的编辑	任务1 网络文稿的编辑	了解网络文稿的语言风格； 掌握网络文稿的加工与编辑方法技巧； 掌握网络标题的设计与制作技巧； 掌握网络文稿语言的修饰技巧。	习题训练：撰写一篇新闻类文稿（标题要吸引网民注意，引起网民评价）。	8

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务2 网络图片的编辑	了解网络图片的格式及分类； 了解网络图片在网络信息传达方面的作用； 掌握网路图片编排的原则及方法； 学会操作常见图片编辑软件（Photoshop等）； 学会能根据需要设计及处理图片（颜色搭配、大小、格式等）。	知识拓展：PS 高级操作	8
	任务3 网络音视频编辑	了解音视频在网络信息表达方面的作用； 了解网络音频的常用格式及特点； 学会能对网络音频进行剪辑； 了解常见网络视频格式及特点； 学会能对网络视频进行设计及剪辑； 学会能对所需 Flash 进行设计与制作、剪辑。	上机实操：安装、应用会声会影软件。	8
项目四 网站内容编辑	任务1 网站页面设计	了解网页的表现风格； 掌握网页构图的布局技巧和搭配网页颜色的技巧； 学会关键词的设置和超链接的使用； 学会网页设计的常用软件。	上机实操：为某音乐网站设计并制作网站首页。	8
	任务2 网站信息原创	掌握网络受众调查的内容与方式； 学会网络常见交互性平台（网站论坛、网站博客、即时通信工具、网站时评、社区软文推广）策划设计技巧。	上机实操：申请并建立一个博客账户，并至少发表一篇博客文章。 习题训练：选择网上某一热点新闻，撰写一篇网络时评。	8
项目五 网站策划	任务1 网站频道与栏目策划	了解网站频道与栏目的类型与布局； 掌握网站频道与栏目策划原则与技巧； 学会撰写网站频道与栏目策划书。	案例赏析：母婴类网站频道、栏目策划。	8
	任务2 网络专题策划	了解网络专题的特点、分类和题材内容； 掌握网络专题策划的方式与技巧； 学会网络专题的制作。	习题训练：选定近期时事热点做一个时事专题策划。	8
总课时				72

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，应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. 教材必须紧扣高职教育培养技能应用型人才的目标，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；
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；

4. 教材内容应贯彻与时俱进的原则，借鉴国内外最新的研究成果，及时更新教学内容。案例设计注意典型性、时代性与可操作性。

（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“做中学、做中教”，将实践教学环节、创新思维培养引入课程。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。采用真实企业的工作任务，以完成每一任务为目标，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，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

1. 本课程的教学评价、考核方式采用多元化综合形，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。	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。	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

2. 考核与评价要根据本课程的特点，改革单一考核方式，将项目考评、方案考评、过程考评、报告考评、知识考评相结合，对学生的知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观等进行全面评价；

3. 改变过去教学评价有教师一个人说了算得方式，采用“评价主体多元化，评价内容过程化，评价标准公开化”进行教学评价。由企业行家、学生、教师、学校督评机构共同对学生的作业和学习进行综合评价。

（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. 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；

4. 充分利用校内实训中心（要有信息采集设备，包括数码相机、摄象机、录音笔等），进行仿真教学、现场教学、实习实训、职业技能证书考证，实现理论实践一体化教学，满足学生职业能力培养需求。

5. 搭建产学合作平台，充分利用本行业的企业资源，建立校外实习基地，满足学生实地考察与调研、实习的需要。

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专业专业教学标准编制组集中讨论、分工编制。

标准 XVI 《网络广告设计与制作》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职: ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职: ☐ 职业基础 ☒ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

(一) 课程性质及任务

《网络广告设计与制作》是电子商务专业的一门职业岗位核心课程，是电子商务专业学生必修的一门课程。本课程通过对网络广告策划、网络广告创意设计、网络广告的制作、网络广告发布、网络广告监管及企业网络广告管理等学习，使学生掌握网络广告设计与制作的相关知识，培养学生灵活运用图片处理、动画制作、影视编辑等工具，对各种类型的网络广告能独立开展从广告策划到广告设计制作，广告的发布与管理等基本技能。为今后从事网络广告策划与设计制作、网络推广、网店经营等方面工作打下良好的基础。

(二) 课程设计思路

本课程以就业为导向，通过行业调查，对广告专业等专门化方向所涵盖的工作岗位进行工作任务与职业能力分析，以专业设计与制作的工作任务为引领，以基础设计能力为主线，以网络广告设计专门化方向的岗位职业能力为依据，选择与专门化方向工作任务相关，突出工作任务与知识的联系，让学生在职业实践活动的基础上掌握知识，增强课程内容与职业岗位能力要求的相关性，提高学生的就业能力。

学习项目选取同时遵循高等职业学校学生的认识规律，按照能力掌握的难易程度，以循序渐进的方式组合，并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. 会利用 photoshop、Flash 等软件和技术制作不同类型的网络广告；
2. 能综合利用各种创意思维与表现技法策划设计网络广告；
3. 能独立完成优秀网络广告策划书的撰写；
4. 能运用网络广告设计与制作知识及原理，独立开展各种网络广告的设计与制作工作。

(二) 知识目标

1. 了解网络广告的基本特性、构成要素和广告类型和表现形式；

2. 了解网络广告从方案策划到设计制作到最终发布等一系列运作流程；
3. 熟悉各种网络广告设计制作的表现技巧和设计思维；
4. 掌握不同类型网络广告设计与制作的基本要求、方法与技巧；
5. 掌握网络广告发布与效果测评和管理。

(三) 素质目标

1. 培养学生强烈的学习兴趣，形成正确的学习方法，有较强的自主学习能力；
2. 培养学生的独立工作和创新能力，具备与他人良好的沟通协作能力和团队合作精神；
3. 培养学生爱岗敬业、吃苦耐劳、诚实守信、乐于奉献等良好的职业道德规范和素养。
4. 培养学生的艺术设计能力和形象思维能力，激发学生创新意识，培养学生的审美观念，提高学生的艺术修养。

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 网络广告概述	任务 1 初识网络广告	熟悉网络广告产生和兴起的时代背景；了解网络广告的概念、构成要素和基本特性，以及与传统广告相比具有的优势。	案例赏析：第一则网络广告。	4
	任务 2 分析网络广告表现形式	了解网络广告的主要形式和一般分类。	多媒体演示：不同类型广告。	4
项目二 网络广告策划	任务 1 认识网络广告策划	了解网络广告策划的作用；熟悉网络广告策划相关程序；理解进行网络广告策划的原则，以及设定该原则的目的。	分组讨论：如何做一份好的网络广告策划。	4
	任务 2 网络广告策划实施	掌握网络广告目标的确定、网络广告对象的选择、网络广告时间的安排、网络广告媒体的选择、网络广告战略和战术的使用、网络广告预算的确定和网络广告效果的评估。	案例赏析：优秀网络广告策划。	4
	任务 3 撰写网络广告策划书	了解网络广告策划书的作用；掌握网络广告策划书的结构。	情景模拟：撰写网络广告策划书。	4
项目三 网络广告设计	任务 1 网络广告创意设计	了解网络广告创意思维；掌握网络广告创意的方法与技巧。	头脑风暴：网络广告创意	4
	任务 2 把握网络广告设计原理	掌握网络广告设计心理学原理、色彩应用原理、网络广告中的形式美法则、构图及布局原理。	案例赏析：经典网络广告设计作品。	8

	任务3 组合网络广告 设计元素	掌握网络广告文案撰写、网络广告文字和图形的设计、网络广告声音和影像的使用等。	习题训练：设计一则有创意的网络广告。	8
项目四 网络广告制作	任务1 熟练常用网络广告制作工具	掌握常用网络广告制作软件,包括图片处理软件(如 Photoshop)、网页设计软件(如 Dreamweaver)、动画制作软件(如 Flash)等。	上机实操：各类软件的使用	8
	任务2 网络广告的制作	掌握不同形式网络广告的制作,包括静态网络广告的制作和网络动画广告的制作、网页类广告的制作、电子邮件类广告的制作等。	案例赏析：《腾龙战记》网游广告。 上机实操：利用自己熟悉的软件制作一个旗帜广告。	8
项目五 网络广告发布与交换	任务1 网络广告发布	了解网络广告的代理与发布；掌握网络广告发布的方式与技巧。	知识拓展：网络广告发布流程和相关工作。	4
	任务2 网络广告交换	了解网络广告交换的概念、分类与途径；熟悉网络广告交换站点。	知识拓展：网络广告交换联盟。	4
项目六 网络广告的测评与监管	任务1 网络广告的测评	掌握网络广告测评的常用指标和相关概念以及网络广告测评的方式。	习题训练：网络广告效果测评	4
	任务2 网络广告的监管	了解网络广告违法行为和网络广告中存在的法律问题；熟悉网络监管的内容和对策。	案例赏析：网络垃圾邮件广告。	4
总课时				72

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，应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. 教材必须紧扣高职教育培养技能应用型人才的目标，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。

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。

4. 教材内容应贯彻与时俱进的原则，借鉴国内外最新的研究成果，及时更新教学内容。案例设计注意典型性、时代性与可操作性。

（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“做中学、做中教”，将实践

教学环节、创新思维培养引入课程。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。采用真实企业的工作任务，以完成每一任务为目标，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，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

1. 本课程的教学评价、考核方式采用多元化综合形，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。	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。	策划方案	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

2. 考核与评价要根据本课程的特点，改革单一考核方式，将项目考评、方案考评、过程考评、报告考评、知识考评相结合，对学生的知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观等进行全面评价；

3. 改变过去教学评价有教师一个人说了算得方式，采用“评价主体多元化，评价内容过程化，评价标准公开化”进行教学评价。由企业行家、学生、教师、学校督评机构共同对学生的作业和学习进行综合评价。

（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. 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；

4. 充分利用校内实训中心（广告工作室、模拟动画模型制作实训工场等），进行仿真教学、现场教学、实习实训、职业技能证书考证，实现理论实践一体化教学，满足学生职业能力培养需求。

5. 搭建产学合作平台，充分利用本行业的企业资源（如广告公司），建立校外实习基地，满足学生实地考察与调研、实习的需要。

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专业专业教学标准编制组集中讨论、分工编制。

标准 XVII 《网站维护与管理》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职: ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职: ☐ 职业基础 ☒ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☐ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

(一) 课程性质及任务

《网站维护与管理》是电子商务专业的专业核心课程。通过本课程的学习，提高学生在网络组建与管理、Windows 平台网络管理、网络配置与维护、网络故障诊断与排除、服务流程与体系建设等方面的实际操作技能，使学生具有企业网络的规划、设计、实施与管理能力，能跟进计算机技术的最新发展, 适应行业相应岗位的需求。

(二) 课程设计思路

该课程按照网络集成公司和网络外包服务公司的工作流程开设的，适合以工作流程中的工作任务为单元组织教学，不适合传统的学科课程模式，因此本课程打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，在网络运行维护管理工作领域中，以工作领域中的六个工作任务为中心组织课程的内容，创建基于工作任务的具体项目，学生在完成具体项目过程中掌握相关理论知识，训练基本技能，发展职业能力。

本课程包括六个学习项目，项目是以整个网络运维管理的全过程为线索设计的，较完整反映了网络运维管理方面的主流知识和技能。课程内容突出对学生职业能力的训练，将理论知识融合到工作任务的项目中，在项目中学习相关理论知识。课程完全按照实际网络运维管理的工作流程进行，强调工作过程的完整性，强调学习与实际应用的一致性，同时融合了网络运行与维护、网络外包服务相关岗位认证工程师职业资格相应的知识与技能要求。教学效果的评价采用过程评价与目标评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力。

二、课程目标

(一) 能力目标

1. 能够完成计算机网络系统的集成工程；
2. 能够实施 Windows 平台下基本的网络管理；
3. 能够使用网络管理软件管理网络；
4. 能使用一种服务管理软件管理网络运维的全过程；
5. 能够对基本网络故障进行诊断与排除；

6. 能够进行外包服务的管理。

(二) 知识目标

1. 理解网络系统集成的设计、实施、测试、管理和运行各方面的知识；

2. 了解 Windows 平台网络管理的内容和 Windows 远程管理的工作原理与作用，熟悉 Windows 下的性能监视，理解 Windows 操作系统 AD 的作用和功能、组策略的功能和用户配置文件的作用；

3. 了解网络管理的基本概念、网络管理系统和常用的网络管理系统软件，熟悉网络管理的功能、简单网络管理协议和管理信息库；

4. 了解 IT 运维服务的国际国内标准及理念，理解 IT 资产管理的原理和服务台及相关运维管理工具，熟悉服务管理的流程；

5. 了解网络故障的范围和网络管理的基本原理，熟悉网络故障诊断的方法与步骤、网络故障的排除方法、主流的网络监控工具和网络管理软件的功能；

6. 了解外包服务的工作流程，理解外包的含义，理解总包和分包的含义与相关概念。

(三) 素质目标

1. 具有网络公司所需的吃苦耐劳的工作精神和严谨的工作态度；

2. 具备网络公司员工良好的服务意识和市场观念；

3. 具备网络管理员精益求精的工作态度和敬业精神；

4. 能快速跟踪网络发展的新技术及市场动态。

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 网络系统集成的实施	任务 1 网络整体方案的设计	了解网络基本原理和网络协议、网络互连设备和网络安全设备； 熟悉网络架构的基本知识； 掌握 DHCP、DNS、IIS 的工作原理。	讲授与多媒体教学结合，让学生熟悉网络架构的基本知识，掌握 DHCP、DNS、IIS 的工作原理，学生个别问答。	3
	任务 2 网络的连接、设备安装和连通测试	了解电缆与光缆的性质和布线规范； 掌握常用连通性测试工具或软件的工作原理。	学生分组利用测算工具或软件进行网络的连接、设备安装和连通测试，教师巡回指导检查、总结归纳。	3
	任务 3 网络设备的配置	熟悉服务器硬件的工作原理； 掌握各种常见网络连接设备的工作原理和工作模式。	组织学生观看教学视频。	3
	任务 4 网络安全策略的实施	熟悉交换机的端口绑定与 ACL； 掌握防火墙的工作原理、VPN 的工作原理。	讲授与多媒体教学结合，让学生掌握防火墙的工作原理、VPN 的工作原理。	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务 5 网络设备连通测试	熟悉安全设备的连通； 掌握三层交换机的路由连通、核心交换机的转发连通。	学生分组利用测算工具或软件进行网络设备连通测试，教师巡回指导检查、总结归纳。	3
项目二 Windows 平台网络 管理	任务 1 活动目录与用户	熟悉活动目录的结构； 掌握活动目录与域的关系、规划、网络协议等相关内容。	讲授与多媒体教学结合，让学生掌握活动目录与域的关系、规划、网络协议等，学生个别问答。	3
	任务 2 创建文件服务器	熟悉 NTFS 文件系统的权限； 掌握共享文件夹的权限、磁盘配额的功能与管理。	讲授与多媒体教学结合，并通过实训环节让学生掌握共享文件夹的权限、磁盘配额的功能与管理的操作方法。	3
	任务 3 活动目录管理	熟悉活动目录的数据存储和内容； 掌握活动目录的安全性和访问控制、域的管理、站点复制和目录复制、站点拓扑和服务定位。	讲授与多媒体教学结合，并通过实训环节让学生掌握活动目录的安全性和访问控制、域的管理、站点复制和目录复制、站点拓扑和服务定位的操作方法。	3
	任务 4 组策略的应用与管理	熟悉组策略的对象及其存储； 掌握组策略的基本组成和优先级； 能够进行基本的组策略的应用与管理。	通过实训环节让学生掌握组策略的应用与管理的操作方法。	3
	任务 5 使用远程桌面连接管理远程计算机	理解远程管理的基本概念； 掌握远程管理通信协议和工具； 能够使用远程桌面连接管理远程计算机。	学生分组使用远程桌面连接管理远程计算机，并拍摄视频，教师指导检查、总结归纳。	3
	任务 6 性能优化与管理	系统监视器、任务管理器、性能日志和报警、性能数据的分析； 能够进行性能优化。	通过实训环节让学生掌握系统监视器、任务管理器、性能日志和报警、性能数据的分析的操作方法。	3
	任务 7 数据备份与恢复	了解数据备份工具的作用和支持的备份类型； 掌握数据还原的类型、系统修复与系统恢复； 能够进行简单的数据备份与恢复。	介绍 Acronis、Disk Genius 等几种常用的数据备份与恢复软件和方法，并进行多媒体演示。	4
	任务 8 使用网络管理软件管理网络	了解网络管理的基本概念、网络管理系统和常用的网络管理系统软件； 熟悉网络管理的功能、简单网络管理协议和管理信息库； 能够使用网络管理软件管理网络。	讲授与多媒体教学结合，让学生熟悉网络管理的功能、简单网络管理协议和管理信息库，学生个别问答，介绍几种常用的网络管理系统软件。	3
项目三 服务流程与体系建设	任务 1 认识网络运维服务的流程	了解 IT 运维服务的国际国内标准及理念； 熟悉资产管理的原理、网络运维服务的流程； 掌握系统故障管理和变更管理及知识库。	讲授与多媒体教学结合，让学生熟悉资产管理的原理、网络运维服务的流程，掌握系统故障管理和变更管理及知识库。	3

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务2 服务管理软件的使用	熟悉服务台及相关运维管理工具； 掌握网络运维的全过程； 能够进行服务管理软件基本操作。	通过实训环节让学生掌握服务管理软件基本操作方法。	3
项目四 网络故障诊断与排除	任务1 网络管理监控工具的使用	熟悉监控状态的判断方法； 掌握常用网络管理监控工具的工作原理； 能够使用网络管理监控工具进行基本操作。	讲授与多媒体教学结合，并通过实训环节让使用网络管理监控工具进行基本操作方法。	3
	任务2 网络故障判断与排除方法	熟悉网络故障产生的原因和范围； 掌握网络故障的排除方法； 能够判断与排除简单的网络故障。	讲授与多媒体教学结合，并组织学生分组进行网络故障的判断与排除实践。	3
	任务3 线路故障的诊断与排除	熟悉网络线路故障的产生原因和分类； 掌握网络线路故障定位工具或软件的工作原理和适用范围； 能够判断与排除简单的线路故障。	讲授与多媒体教学结合，并组织学生分组进行线路故障的判断与排除实践。	3
	任务4 设备故障的诊断与排除	熟悉网络设备故障的产生原因和分类； 掌握网络设备故障定位工具或软件的工作原理和适用范围； 能够判断与排除简单的设备故障。	讲授与多媒体教学结合，并组织学生分组进行设备故障的判断与排除实践。	3
	任务5 配置故障的诊断与排除	熟悉网络配置故障的产生原因和分类； 掌握网络配置故障定位的工作原理； 能够判断与排除简单的设置故障。	讲授与多媒体教学结合，并组织学生分组进行配置故障的判断与排除实践。	3
	任务6 系统软件故障的诊断与排除	熟悉系统软件故障的产生原因和分类； 掌握系统软件故障定位工具或软件的使用； 能够判断与排除简单的系统软件故障。	讲授与多媒体教学结合，并组织学生分组进行软件故障的判断与排除实践。	3
项目五 外包关系管理	任务1 认识外包服务	了解外包的含义、分包的含义与相关概念； 熟悉总包的含义与相关概念； 掌握外包服务的工作流程。	讲授与多媒体教学结合，通过提问和举例让学生认识外包的意义和重要性，学生个别问答。	3
	任务2 外包服务的管理	了解成本/预算评估的概念； 熟悉外包客户管理、外包合同管理、外包绩效管理、外包进度管理、外包质量管理等基本理论； 能够进行基本总包和分包管理。	讲授与多媒体教学结合，并组织学生观看教学视频。	5
课时总计				72

四、实施建议

（一）教材编写与选用建议

1. 应选用最近两年出版的全国优秀的高职高专规划教材，建议选用与企业合作编写的基于工作过程的教材，鼓励教师，依据本课程所制定的“课程内容和要求”自编讲义与教材；

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. 教材应该图文并茂，提高学生的学习兴趣；

4. 编写内容的组织应以任务组织，项目驱动的原则，随同教材配备电子教案，多媒体教学课件和多媒体素材库等，便于组织教学。

（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，使网站维护与管理基本理论的学习、基本技能的训练与生产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。

3. 在教学过程中多采用“任务驱动”教学法，以完成一个个具体的任务为线索，把教学内容巧妙地隐含在每个任务之中，让学生自己提出问题，并经过思考和老师的点拨，自己解决问题。在完成的同时，学生培养了创新意识、创新能力以及自主学习的习惯，学会如何去发现问题、思考问题、寻找解决问题的方法。

（三）考核与评价建议

1. 本课程实施综合考评，不仅理论与技能结合，并且注重学习态度和最终成绩的平衡，以全面综合地评定学生的能力。采用多元化综合形，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，将项目考评、方案考评、过程考评、报告考评、知识考评相结合，对学生的知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观等进行全面评价；

3. 改变过去教学评价有教师一个人说了算得方式，采用“评价主体多元化，评价内容过程化，评价标准公开化”进行教学评价。由企业行家、学生、教师、学校督评机构共同对学生的作业和学习进行综合评价。

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. 注重实验实训指导书和实验实训教材的开发和应用；

2. 注重挂图、幻灯片、投影片、录像带、视听光盘、教学仪器、多媒体仿真软件等常用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，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高课程资源利用效率。

3. 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，扩大课程资源的交互空间。

4. 产学合作开发实验实训课程资源，充分利用本行业典型的生产企业的资源，进行产学合作，建立实习实训基地，实践“工学”交替，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

5. 建立本专业开放实训中心，使之具备现场教学、实验实训、职业技能证书考证的功能，实现教学与实训合一、教学与培训合一、教学与考证合一，满足学生综合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. 本课程是一门实践性很强的课程，要求课堂教学和上机实习紧密结合，采用计算机联机大屏幕进行直观教学。

标准 XVIII 《网络营销与网站推广》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职: ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职: ☐ 职业基础 ☒ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☒ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

(一) 课程性质及任务

《网络营销与网站推广》是电子商务专业职业核心课。通过本课程学习，学生能综合运用网络推广，网络公关，在线交易及客户关系管理四个模块，利用网络营销与网站推广相关新兴技术，并与 SEO 与网站优化课程紧密结合，为以后毕业设计企业顶岗实习做好充分的准备，最大限度地增强学生对就业岗位的适应度。学生通过课程仿真工作过程的实践，积累解决实际问题的工作经验并学习深入的专业理论知识，获得网络推广的专业能力、方法能力和社会能力，使学生从初学者成长为有能力的网络推广人才。

(二) 课程思路

本课程设计的思路是以网络营销与网站推广的实际工作过程为主线，按照工作过程的需要来选取课程内容，以网络营销与网站推广工作岗位中的典型工作任务为中心组织教学内容，以工作任务为中心整合理论与实践，序化教学内容，以真实（或仿真）工作任务为载体，以“项目导向，任务驱动”的模式组织教学。

学习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向导，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，同时遵循高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. 具备网络软文写作的能力；
2. 利用相应图形图片处理软件，进行图形图片处理，服务于网络推广的能力；
3. 会使用视频剪辑软件，进行简单的视频创作及剪辑；
4. 掌握多种网络推广方法，并能够进行实际操作、进行效果监测的能力；
5. 能够利用相关即时通讯工具进行商务谈判和沟通的能力。

(二) 知识目标

1. 掌握多种网络营销工具，能够灵活应用，从而进行网络推广；
2. 掌握网页或者多种即时通讯工具的使用方法，能够顺利开展网络公关；

3. 熟悉进行在线交易流程，并能够完成在线交易；
4. 了解客户关系管理，并能够解决网络公关危机；
5. 掌握制定相应网络推广方案的方法和流程。

(三) 素质目标

1. 培养学习兴趣，形成正确的学习方法，有一定的自主学习能力；
2. 具有团队意识及妥善处理人际关系的能力；
3. 具有较强的沟通交流能力；
4. 具有较强的心理承受能力；
5. 具有适应新环境和开拓创新的能力；
6. 巩固专业思想，熟悉职业规范和道德。

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 网络推广	任务 1 虚拟市场 认知	掌握网络市场调研的方法和步骤； 依据企业经营需求制定网络市场调研计划、收集网络资料、根据实际情况选择调研方法并予以实施、调查问卷设计、调研数据整理分析、撰写调研报告； 具有分析、判断并解决问题的能力基本素质，逻辑思维清楚，应变能力强。	先理论教学，然后设置情境让学生完成一个小型市场调研。	6
	任务 2 工具掌握	熟练使用搜索引擎推广、E-mail 营销、新闻组、网络广告、病毒性营销推广、博客营销推广、资源合作推广、网上商店推广、网络社区等网络营销工具。 具有根据实际情况合理使用网络营销工具。 3. 具有较强的动手能力，并且能够钻研业务，踏实肯干。	案例教学法，每一种工具都配有多种案例展示，让学生了解各种营销工具。	8
	任务 3 网络广告	能够熟悉各种网络广告，并熟知网络广告的发布平台及收费方式等事项。 能够进行网络广告策划、网络广告的发布、投放。	各种网络平台比较。	4
	任务 4 网络推广方案 策划	能够进行虚拟市场调研分析，并进行准确定位。 能够对企业及产品进行 SWOT 分析。 能够完成适合企业及产品实际情况的推广方案策划。 能够完成策划方案的实施、效果预测等。	先理论教学，然后通过对实例分析，让学生掌握网络推广方案策划的方法。	8
项目二 网络公关	任务 1 B2C 网络交易 洽谈	能够掌握洽谈工具的使用。 能够掌握 B2C 网络交易常用的付款方式。 掌握 B2C 网络交易中的物流配送和包装。 了解 B2C 网络交易中的售后服务。	播放视频，了解洽谈工具的使用	4

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
	任务 2 B2B 网络交易 洽谈	了解网络洽谈的实施程序。 理解网络交易洽谈应注意的问题。 熟悉价格洽谈技巧。 掌握网络交易洽谈中的讨价还价策略。 学会商务洽谈中的价格异议处理。 了解排除客户疑义的成交法。	理论教学和案例教学相结合,模拟情境让学生练习。	6
	任务 3 电子合同的签订	认识电子合同。 能够订立电子合同并分辨电子合同成立与否。 能够清楚电子合同成立时间与地点。 能够掌握电子签名与电子认证等与订立电子合同相关的技术。 能够掌握电子合同生效要件,并掌握 出现争议的解决机制。	通过实例让学生了解电子合同要件。	4
项目三 在线交易	任务 1 客户需求分析	能够很好地与客户沟通与交流。 能够深入地了解客户的要求及需求。 能够对客户的具体需求进行整理和分析。 能够与客户进行正常交流,处理客户需求。	情境设定,角色扮演,课堂小品。	4
	任务 2 交易过程	协助客户进行选购。 协助客户完成订购。 协助客户在多种支付方式中进行选择,并完成支付。 完成订单处理。	情境设定,角色扮演,课堂小品。	4
	任务 3 选择合适的物流方式	为 B2B 选择合理化物流方式。 为 B2C 选择合理化物流方式。 为 B2G 选择合理化物流方式。 为 C2C 选择合理化物流方式。	分析、比较各种物流方式的优缺点。	2
	任务 4 收集整理客户资料,并进行客户回访	妥善收集整理客户资料。 学会进行客户回访,并妥善回复客户评价。	重点讲解收集资料方法与回复技巧。	2
项目四 网络营销服务	任务 1 产品服务	能够进行网上产品的售前服务。 能够进行网上产品的售中服务。 能够进行网上产品的售后服务。	通过 PPT 讲解售前、售中、售后的工作要点,并配合案例视频讲解。	4
	任务 2 个性化服务	能够理解网络营销个性化服务的内容。 能够利用网络营销个性化服务的优势为企业争取有利形势。 能够独立进行网络营销的个性化信息服务。	案例分析法讲授。	4
	任务 3 服务工具的应用	能够进行 FAQ 的设计及使用。 能够利用电子邮件进行客户服务。 能够利用网络虚拟社区进行客户服务,并关注网络虚拟社区。 能够利用呼叫中心进行网络客户服务。	详细讲解各种服务工具的使用方法与运用场合。	6
	任务 4 危机公关	了解危机的规避。 熟悉危机的控制。 学会危机的解决。 学会危机解决后的复习	案例导入,小组讨论,总结要点。	6
课时总计				72

四、实施建议

（一）教材编写与选用建议

1. 依据本课程标准编写；
2. 教材要充分体现项目导向、任务驱动的课程设计思想；
3. 教材应充分考虑高职院校学生的特点，体现针对性、适用性；
4. 教材要根据社会实际需求选取教学内容，选择有代表性的案例；
5. 教材中的活动设计要具有可操作性；
6. 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. 制作电子课件、微课、精品课程等资源进行网络和课堂学习、交流、沟通；
2. 利用现代多媒体电子教学手段（云课堂、蓝墨云班课、C 实习平台等）提高学生参与学习参与度。
3. 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，使网络营销和网站推广技术与实际应用相结合。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

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。	策划方案	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. 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操作, 通过操作巩固所学理论知识点, 并做到举一反三。

标准 XIX 《网络支付与结算》课程标准

适用阶段	☐ 中职阶段 ☒ 高职阶段		
课程类型	中职: ☐ 专业核心 ☐ 专业方向 ☐ 实习实训		
	高职: ☐ 职业基础 ☒ 职业核心 ☐ 职业拓展 ☐ 综合实训		
教学模式	☐ 理论 ☐ 实习实训 ☒ 理实一体 ☐ 工学一体		
参考学时	72	参考学分	4

一、前言

(一) 课程性质及任务

《网络支付与结算》课程是一门以电子终端计算机为手段，以扩展学生视角和增加其结算与支付方法为目的职业核心课程，是电子商务专业课程体系重要的组成部分。该课程主要阐述电子货币的产生、发展、各种类型电子货币的特点，网上支付的方式、手段、性能特点及业务流程，网上支付工具的使用、网上支付涉及的相关协议等，是一门理论性和实用性很强的课程。

通过本课程通过的学习与实训，使学生对电子支付、网络支付及网络信息安全的相关概念、知识、系统、发展及应用有全面地了解，为电子商务及相关专业学生今后的工作打下扎实的理论和应用基础，为进一步深入研究有关问题提供参考。

(二) 课程设计思路

该课程按照“以工作岗位需求为出发点，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，依据工作任务完成的需要、高职院校学生的学习特点和职业能力形成的规律来设计、确定课程的知识、技能等内容。依据各学习项目的内容总量以及在该门课程中的地位分配各学习项目的学时数。学习程度要求主要使用“了解”、“理解”、“能”或“会”等用语来表述。“了解”用于表述事实性知识的学习程度，“理解”用于表述原理性知识的学习程度，“能”或“会”用于表述技能的学习程度。

二、课程目标

(一) 能力目标

1. 会分析主要第三方电子支付平台的业务流程的能力；
2. 能掌握各大银行的网络银行业务及流程的能力；
3. 会使用第三方电子支付工具、各大银行的网上电子支付工具的能力；
4. 能够独立寻找解决问题的途径，把学过的知识、技能和经验运用到需要完成的工作任务中等。

(二) 知识目标

1. 了解网上支付与结算的起源，掌握基本概念及其特性，理解网上支付与结算基本模型；
2. 了解网上支付与结算对现代社会在文化、生产、生活及体制等方面的影响；
3. 掌握电子货币的概念、分类、特点及应用；
4. 理解银行的电子化过程，了解中国的金融电子化建设状况；
5. 掌握网上银行电子支付系统、网上第三方电子支付系统、网上电子支付工具等方面的基本业务与技术的特性、功能和流程；
6. 理解网上电子支付与结算的技术标准及其安全协议与管理特点；
7. 理解中国金融认证中心的作用；
8. 理解网上电子支付存在的安全问题和相关的法律问题。

(三) 素质目标

1. 培养学生的团队合作精神，包括如何与他人相处、交流和沟通等；
2. 培养学生做人做事的良好心态，具有自我相处的能力；
3. 培养学生按时、按质、按量完成工作任务的责任心。

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 走进网上支付与结算	任务 1 网上支付基础	了解网上支付与结算的兴起和现状；熟悉网上支付与传统支付优缺点的比较、网上支付系统的基本构成和基本功能；掌握网上支付的概念、特征、种类、基本流程和基本模式。	列举日常生活中传统支付的种类、网上支付与结算的例子、图示网上支付的基本流程、讨论网上支付与传统支付的优缺点。	5
	任务 2 电子货币与银行电子化基础	理解电子货币的概念、分类、特点和功能；了解电子货币的发展现状和存在的问题、电子银行和银行电子化的产生与发展；掌握电子银行的系统构成、银行电子化发展的四个阶段。	讲授法、举例法、演示法、比较法、分组讨论法。	5
	任务 3 网上支付安全概述	理解网上支付的安全需求和面临的安全问题；掌握网上支付的安全策略的主要内容和安全问题的解决办法。	讨论网上支付面临的安全问题及应对方法。	4
项目二 网上支付安全与法律问题	任务 1 网上支付安全技术	理解防火墙的概念、数字信封、数字摘要和数字签名的概念、应用原理、特点和应用过程；理解凯撒密码的原理、私有/公有密钥加密技术的定义、应用原理和优缺点；掌握防火墙的功能、组成、类型和优缺点；掌握私有/公有密钥加密技术应用过程、私有密钥加密技术和公有密钥加密技术的比较。	讨论私有密钥加密技术和公有密钥加密技术的优缺点。	7

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
项目三 电子支付工具	任务 1 信用卡、智能卡	了解银行卡的产生、发展和应用领域； 理解信用卡存在的问题及应对措施及智能卡的网上支付模式； 掌握信用卡网络支付模式和运作流程； 掌握银行卡的分类、借记卡、贷记卡和准贷记卡的概念，以及借记卡和贷记卡的物理结构。	组织学生讨论银行卡的分类方式及每种分类的类型，描述 借记卡、贷记卡和准贷记卡的区别和联系，说明信用卡物理结构的基本内容。	5
	任务 2 电子现金、电子支票、电子钱包	了解电子现金的定义、属性、种类和特点、制作过程和网上支付模式并掌握其网上支付流程； 熟悉电子支票的产生、定义、属性、优点及支付特点； 掌握电子支票网上支付的两种模式； 掌握电子钱包的定义和组成体系、网上支付的特点、支付模式，支付流程。	要求学生提前了解电子现金、电子支票、电子钱包的网上支付流程。	6
	任务 3 第三方支付	理解我国第三方支付的发展现状和趋势； 了解第三方支付工具的发展现状和发展领域，以及 网银在线、首信易支付、环讯、云网支付、银联电子支付平台、汇付天下等国内第三方支付网关的功能和特点； 熟悉支付宝、财付通和快钱的功能及其具体操作流程、注册步骤以及国外支付网关 PayPal 的功能和操作流程； 掌握第三方支付的概念、特点、模式和支付流程。	列举现实生活中第三方支付的例子；要求学生自行注册 PayPal 账户，熟悉其功能并熟练操作各种业务处理流程。	7
项目四 电子支付系统	任务 1 ATM 系统、POS 系统和电子汇兑系统	了解电子支付系统的功能目标； 理解电子汇兑系统的概念、特点和类型； 熟悉电子支付系统的一般模型、支付模式、分类以及电子汇兑系统的运作模式； 掌握 ATM 系统和 POS 系统的概念、网络结构、交易处理流程和安全保密措施。	结合讲授法、举例法、比较法、体验法，让学生熟悉电子支付系统的一般模型、支付模式、分类以及电子汇兑系统的运作模式。	4
	任务 2 中国现代化支付系统	了解中国电子支付系统演进过程； 掌握中国现代化支付系统的架构和主要处理流程； 能够使用常用的支付系统进行支付。	组织学生讨论中国现代化支付系统 CNAPS。	6
	任务 3 网上银行	了解网上银行的产生、发展和现状； 理解网上银行的概念、特点、分类和优势； 熟悉网上银行和传统银行的区别和联系； 掌握网上银行对传统银行的影响以及网上银行的系统结构； 能够利用网上银行进行网上支付。	分组讨论网上银行和传统银行的区别和联系；讲述个人网上银行的使用体验。	7
项目五 体验工商银行网上银行系统	任务 1 体验个人网上银行	理解个人网上银行的概念； 理解静态密码、电子口令卡、U 盾的概念和特点并掌握三者的比较、申请程序和安全使用； 熟练掌握个人网上银行的业务申办条件、申办程序和相关注意事项；	组织学生观看视频，并尝试申请使用工商银行个人网上银行，申办个人网上银行、电子口令卡或 U 盾的申请，安装个人网上	8

项目	任务	内容与要求	活动与建议	建议课时
		熟练掌握个人网上银行的功能、交易规则和各项业务操作流程。	银行安全控件，登录并查看个人网上银行的各项功能，并进行相关功能的实际操作。	
	任务2 体验企业网上银行	理解企业网上银行的概念； 熟悉企业网上银行的业务申办条件、申办程序和相关注意事项； 掌握企业网上银行的功能、交易规则和各项业务操作流程； 能够安装与使用客户数字证书的。	通过组织学生观看视频了解工商银行企业网上银行的各项功能及相关功能的实际操作，要求学生对比个人网上银行和企业网上银行的功能差别。	8
课时总计				72

四、实施建议

（一）教材编写与选用建议

1. 教材选择与编写要体现项目课程的特色与设计思想，教材内容应体现先进性、实用性，典型案例的选取要科学，具有可操作性。教材呈现方式要图文并茂，文字表述要规范、正确、科学；

2. 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；

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. 收集大量的案例，把案例教学融入到整个教学过程中，学生还可以通过上网查询资料进一步理解网络支付与结算的理论与实务；

2. 坚持理论讲授法、案例分析与情景模拟式教学方法、问题探究式教学法团队学习、角色扮演教学法、模拟实践法等教学方法相结合。

（1）理论讲授法。通过教师课堂系统讲授基本理论知识，让学生初步了解网络支付体系的基础理论架构。在讲授过程中教师应注重应用多媒体教学手段，利用视频、图片等教学资源，启发学生思考与探索，发现问题解决问题，实现互动式课堂教学；

（2）案例分析与情景模拟式教学方法。结合国内外最新、最具代表性的案例进行课堂教学。以案例做引导，通过案例分析或情景模拟式教学，促使学生关注现实问题，激起其将理论运用于实践的兴趣与热情，培养学生分析和解决实际问题的能力；

(3) 问题探究式教学法。通过课程网络资源为学生提供电子版课程的所有教学内容、重点难点分析、多媒体教案、电子教材、案例和自我测试题等，学生根据教师布置的任务自己收集资料完成学习；

(4) 团队学习。学生通过分工学习不同内容，然后集中介绍各自的学习内容、学习心得，实现知识共享；

(5) 角色扮演教学法。根据学习情境，学生站在所扮演角色的角度来体验、思考，从而构建起新的理解和知识，着重培养学生的创新精神；

(6) 模拟实践法。通过运用管理学实验室设备，购买的各种管理软件，进行模拟体验学习；或在课堂、校园内建立仿真环境，营造管理情景进行模拟。

(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. 通过平时的课堂提问、阶段性的讨论、其中的小测验、以及针对热点问题的论文、课后的作业，认知、岗位实习报告等都作为期末成绩鉴定的组成部分，综合评价学生的学习效果。

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。	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. 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。

八、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		
3	网络营销实训室	电脑	40 台	1. 保障网络运营技能训练； 2. 保障网络推广的专业技能训练； 3. 保障网店美工、编辑、装修等综合技能实训教学	电子商务实务 网络营销 网店运营推广
		网络营销应用软件	1 套		
		服务器	1 台		
2	网店运营实战工作室	电脑	40 台	1. 保障电子商务综合技能训练； 2. 保障网店实战运营综合训练；引入实战项目； 3. 保障实战项目网店美工实训，为学生提供商品拍摄与美工设计的体系组织和具体环境。	网店运营 网络营销 网络支付与结算 电子商务实务 电子商务物流 网络广告设计与制作
		电子商务网络创业实战平台软件	1 套		
		进销存管理系统软件	1 套		
		美工摄影实训室	照相器材 6 套		
3	移动商务实训室	电脑	6 台	1. 保障移动电子商务方向的专业技能训练； 2. 保障移动电子商务的商务、应用和开发训练； 3. 保障微信营销实战训练。	电子商务实务 网络营销 移动商务基础 移动电子商务 网络广告设计与制作
4	美工摄影实训室	电脑	40 台	1. 保障电子商务综合技能训练； 2. 保障实战项目网店美工实训，为学生提供商品拍摄与美工设计的体系组织和具体环境。	网店运营 网络营销 电子商务物流 网络广告设计与制作 美工摄影实训
		美工摄影实训设备	照相器材 6 套		

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
5	移动商务实训室	电脑	6 台	1. 保障移动电子商务方向的专业技能训练; 2. 保障移动电子商务的商务、应用和开发训练; 3. 保障微信营销实战训练。	电子商务实务 网络营销 移动商务基础 移动电子商务 网络广告设计与制作
		平板(Android4.2及以上))	20 部		
		手机(iOS 7.0及以上)	20 部		
		无线路由器	4 台		
		消费机	6 台		
		非接触式卡片	60 张		
		写卡器	1 台		
		二维码读取器	2 台		
		条码扫描器	1 台		
		身份证识别器	2 台		
		磁条卡写磁器	1 台		
		密码键盘	1 个		
		磁条卡	160 个		
		POS 机	6 台		
		票据打印机	5 台		
		指纹识别仪	7 台		
		静脉识别仪	3 台		
		条码打印机	2 台		
		收银台	6 套		
		开放式防盗展示体验台	4 套		
		体验台防盗锁	8 套		
		移动电子商务软件	1 套		
		微信营销实战平台	1 套		
6	物流快递实训室	仓储货架	5 组	1. 保障网络运营技能训练; 2. 保障电子商务物流的专业技能训练。	网店运营 网络营销 电子商务物流
		电脑	2 台		
		办公桌椅	1 套		
		电话机、验钞机	1 台		
		理货台	1 台		
		包装耗材	1 批		
		小推车	1 台		
		针式打印机	1 套		
		空调	1 台		

注：序号 1-3 为中职学校应具备条件，序号 4-6 为高职阶段应具备条件。

（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。

九、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、编制说明及实施建议

1. 为贯彻落实《安徽省人民政府关于开展省级政府教育统筹综合改革试点的实施意见》（皖政〔2012〕81号）、《安徽省人民政府关于加快发展现代职业教育的实施意见》（皖政〔2014〕81号）精神，推进职业院校开展综合改革试点，促进中等和高等职业教育协调发展，探索建立对接紧密、特色鲜明、有效衔接的中高职课程体系，加快现代职业教育体系建设，更好地服务经济社会和人的全面发展。依据《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）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“电商安徽”及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，建议各校尝试开展电子商务专业“现代学徒制”教育试点，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，参照此方案制定三年制教学实施方案，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。

4. 本方案注重了中高职教育的课程衔接，统筹安排公共基础课程、专业技能课程，科学编排课程顺序，精心选择课程内容，强化与后续高等职业教育课程的衔接。

附件 1

电子商务专业中高职衔接人才培养方案开发人员名单

序号	姓 名	在项目中作用与贡献	单 位
1	王中玉	项目领导小组组长，人才培养方案研讨与论证。	安徽科技贸易学校
2	郭 亮	项目领导小组成员，人才培养方案论证。	安徽科技学院
3	窦祥国	项目工作组组长，统筹协调项目，调研报告修订、人才培养方案修订及论证。	安徽科技贸易学校
4	张成武	项目工作组成员，统筹协调调研、起草调研报告、统筹人才培养方案研讨、起草、修订、论证；统筹课程标准编写、修订；编制《图形图像处理》理实一体化课程标准；编制《网页制作》理实一体化课程标准。	安徽科技贸易学校
5	黄光荣	项目工作组成员，起草工作方案、调研报告修订、人才培养方案修订及论证。	安徽科技贸易学校
6	宋思根	项目专家组组长，人才培养方案论证。	安徽安徽财经大学工商管理学院
7	汪贤武	审核、修订《人才培养方案》和调研报告	安徽工商职业学院
8	陈红雨	项目工作组成员，协调调研、起草调研报告，人才培养方案研讨、起草、修订、论证。	安徽科技贸易学校
9	林海青	项目工作组成员，调研报告、人才培养方案研讨、修订与论证；编制《移动商务基础》、《网络编辑实务》、《网络广告设计与制作》、《移动电子商务》理实一体化课程标准。	安徽科技贸易学校
10	刘晓艳	项目工作组成员，调研报告、人才培养方案研讨、修订与论证；编制《电子商务物流》、《网店运营推广》、《市场调查与预测》、《网站维护与管理》、《网络支付与结算》、《网店运营》理实一体化课程标准。	安徽科技贸易学校
11	任书雁	项目工作组成员，调研报告、人才培养方案研讨、修订与论证；编制《任书雁》、《跨境电子商务》、《网络营销与网站推广》理实一体化课程标准。	安徽科技贸易学校
12	余雪莉	调研报告、人才培养方案研讨、修订与论证；编制《电子商务基础》、《网络营销》、《电子商务实务》、《电子商务案例分析》理实一体化课程标准。	安徽科技贸易学校
13	张国宝	项目工作组成员，调研报告及人才培养方案研讨、修订、论证。	安徽科技学院

电子商务专业中高职衔接课程体系 建设改革调研报告

摘 要

按照《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》要求，安徽科技贸易学校与安徽科技学院共同牵头，承担电子商务专业2015年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作。为保证课程体系建设改革试点工作有序进行，确保任务顺利完成，两校共同组织人员学习研究我省有关文件要求，明确工作思路，建立工作机制，成立工作组织，并根据省教育厅《2015年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作时间安排建议表》总体建议时间安排，在共同制定了《电子商务专业中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作方案》的基础上，开展2015年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革调研工作，以期进一步推进中等职业教育课程改革，切实提高职业院校电子商务专业教学水平和办学质量。

调查对象：一是开设电子商务专业的中等职业学校和高等职业院校；二是职业院校电子商务专业毕业生可能服务的行业企业。

调查目的：一是了解相关企业对电子商务专业毕业生的需求数量和要求、招聘途径、内部人才培养途径以及校企合作意向等问题；二是了解中等和高等职业教育电子商务专业人才培养、课程体系建设和毕业生就业情况等相关信息。

由于调查范围广、涉及面大，本调查只能采用抽样调查的方法，在对电子商务专业课程体系建设改革调查问卷（企业卷）调查中，共发出了20张问卷，收回14张；发放电子商务专业课程体系建设改革调查问卷（学校卷）25份，收回13份；发放《典型工作任务与职业能力分析》30份，收回18份。

通过对调查问卷的汇总和分析，得出了调研结论，为我省中高职衔接电子商务专业课程体系建设改革提供了依据。

本调研报告主要撰写人员有张成武（安徽科技贸易学校经济贸易系主任）、黄光荣（安徽科技贸易学校教务科长）、窦祥国（安徽科技贸易学校副校长）和张国宝（安徽科技学院电子商务系主任）。

一、引言

（一）电商行业发展现状

近年来我国电子商务交易额一直保持快速增长势头，2014 年我国全社会电子商务交易额达 16.39 万亿元，同比增长 59.4%。网络零售市场更是发展迅速，2014 年 11 月 11 日阿里巴巴平台成交额达 571 亿元，2015 年 11 月 11 日交易额达 912.17 亿元人民币，让人们看到我国网络零售市场发展的巨大潜力。毫无疑问，电子商务正在成为拉动国民经济保持快速可持续增长的重要动力和引擎。

电子商务作为现代服务业中的重要产业，有“朝阳产业、绿色产业”之称，具有“三高”、“三新”、“四流合一”的特点。“三高”即高人力资本含量、高技术含量和高附加价值；“三新”是指新技术、新业态、新方式。“四流合一”是人流、物流、资金流、信息流合一，这一表述是对电子商务核心价值链的概括。未来 10 年，中国将有 70% 的贸易额将通过电子交易完成，中国电子商务市场交易规模增长潜力巨大。此外，由于电子商务向行业的渗透将更加深入，加之 B2C 市场对投资者的吸引力加强，B2C 市场的份额将呈现明显的扩大趋势。电子商务产业具有市场全球化、交易连续化、成本低廉化、资源集约化等优势。电子商务在我国工业、农业、商贸流通、交通运输、金融、旅游和城乡消费等各个领域的应用不断得到拓展，应用水平不断提高，正在形成与实体经济深度融合的发展态势。

（二）电子商务的人才需求

1. 人才需求巨大

国内知名第三方电子商务研究机构中国电子商务研究中心联合专业电子商务人力资源服务商赢动教育发布了《2015 年度中国电子商务人才状况调查报告》，该报告显示，在调查的电商企业中 75% 的企业存在人才缺口，其中，处于招聘常态化，每个月都有招聘需求的企业占 36%；属于业务规模扩大，人才需求强烈，招聘工作压力大的企业占 32%；处于企业人员流失率高，人员不稳定，招聘难度大的企业占 7%。截止 2015 年 6 月电子商务服务企业直接从业人员超过 255 万人，由电子商务间接带动的就业人数，已超过 1835 万人。

中国电子商务人才问题核心矛盾主要表现在以下两个方面：一是行业快速发展与人才供应不足的矛盾，电商行业每年以数倍 GDP 的增速快步发展，大量传统企业转型电商引起人才争夺；二是电商属新型产业，人才存量不足，人才培养输出无法满足企业需求，该矛盾形成电商巨大的人才真空。据测算，未来三年中国电商人才缺口将达到 445.7 万人。

2. 学校电商人才供应与社会需求不对称

随着电子商务的迅速发展，电子商务的市场前景与就业前景空前巨大，但是

现阶段培养的电子商务人才多是理论型人才，与市场的需求相差甚远，因此迫切需要培养一支在规模和质量上能满足电子商务发展需求的应用型人才，尤其是专科层次的电商人才培养与社会需求，存在不对称发展，主要体现在如下两个方面：

一是人才供应数量不对称。电子商务产业的快速成长发展，导致人才供应的断层电子商务人才供应结构如图 1 所示。目前，我国仅网店客服岗位至少存在 60 万个工作岗位缺口，美工、运营、推广等基础电商岗位更是急缺大量人才。我省中高职院校每年培养的电子商务人才总量不足 3 万人，这与我省每年 15 万人的需求相差甚远。

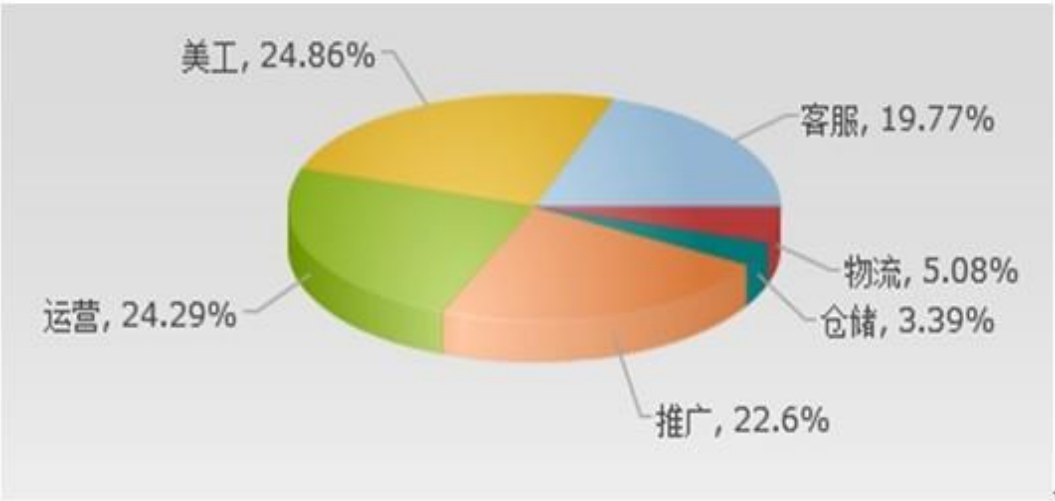


图 1 电子商务人才供应结构图

二是人才供应质量不对称。专业的人才缺失是阻碍当前中小企业发展电子商务的关键所在，当前企业急需的电子商务人才，通常是需要既具备一定电商相关岗位工作经验的技能型人才。另外，随着信息技术的发展，电商技术也在快速跟进，企业对电商专业人才的技术要求越来越高。而作为培养实战技能型人才的中高职职业院校在人才培养上更多的是注重理论，技能培养远远跟不上企业的需求，特别是新技术的应用不能很快进入课堂、进入实训室，因此，在人才培养质量上远远达不到电商技术的发展需要。

（三）电子商务专业教学改革是大势所趋

随着网络技术的高速发展，网民数量的持续攀升，“网购”俨然已成为我国城市居民最为热衷的生活方式，京东、阿里巴巴在美国上市，电子商务公司的财富神化在全球连续上演。随着电商企业的增加和规模不断扩大，社会对电商类人才的需求不仅总量在加大，而且对人才培养质量提出了更高的要求，现有的课程体系和与之对应的实训教学模式已无法满足电子商务行业快速发展的需要，这些都要求职业院校加快电子商务人才培养模式和课程体系改革创新。

我校按照《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》的要求，采用问卷、走访、座谈等多种形式开展了广泛的调研活动，取得了大量的

第一手资料，并对资料进行了汇总和分析，为制定人才培养方案，保证课程体系改革试点工作顺利进行打下了坚实基础。

二、调研方案设计

（一）调研目的

本次调研一是了解电子商务行业相关企业对电子商务专业人才的需求状况、岗位要求、能力要求、内部人才培养途径以及校企合作意向等情况；二是了解中高职院校电子商务专业人才培养、课程体系建设和毕业生就业情况等相关信息。通过调研分析研究电商职业岗位的分布、典型工作任务、岗位对人才能力需求等情况，为我省电子商务专业中高职衔接课程体系建设提供基本的依据。根据社会需求确立电子商务专业建设和发展的方向，准确定位电子商务专业人才培养目标及人才培养规格，进而制定出目标明确、定位准确、独具特色的人才培养方案，使教学更具有针对性，人才培养更加适合电子商务发展需求。

（二）调研内容

为实现本次调研目的，我们设计了三个调查问卷。

一是中高职衔接电子商务专业课程体系建设改革调查问卷（企业卷）

主要设置了以下几个方面的问题。①企业基本情况调查。包括企业总人数规模、电子商务从业人员所占员工数、企业对电子商务专业毕业生能力情况重视程度排序、企业所设电子商务职位等。②电子商务岗位人才需求情况调查。③电子商务专业课程重要性调查。④电子商务岗位相关职业资格证书需求情况调查。⑤企业对中等职业学校电子商务专业教学意见和建议。包括理论教学、实训教学方面的课程设置和中等职业学校迫切需要解决的毕业生知识、能力、素质方面的问题等。

二是中高职衔接电子商务专业课程体系建设改革调查问卷（学校卷）

主要设置的问题有：①学校基本情况。包括有无电子商务专业及专业在校生的规模，近三年电子商务专业毕业生的就业情况，以及在人才培养时对诸如“独立工作能力”、“道德操守”等因素重视程度排序情况。②电子商务专业课程重要性调查。③毕业生知识、能力、素质重要性调查。④电子商务岗位人才需求调查。⑤电子商务岗位相关职业资格证书需求调查。⑥意见和建议。包括理论教学、实训教学方面的课程设置和中等职业学校迫切需要解决的毕业生知识、能力、素质方面的问题等。

三是典型工作任务与职业能力分析调查

委托有关院校教师负责在当地企业和院校进行调研，并将调研结果提炼分析

后提供。主要包括①所在的院校电商专业的课程设置情况。②所在的院校电商专业课程教学模式；③所在的院校电商专业校企合作情况；④所在院校电子商务专业毕业生就业方向；⑤典型工作任务与职业能力分析等。

（三）调研对象

本次调研对象为全国电子信息类企业和全国各地中、高职职业院校及电子商务专业教师。范围涵盖面较广，调查企业、院校和人员如表 1、2、3 所示：

表 1 调研企业一览表

序号	企业名称	姓 名	职 务	备 注
1	南京奥派电子信息产业股份有限公司	王 亮	大区经理	
2	武汉灵锐科技发展有限公司	黄增杰	销售经理	
3	南京慧高教育科技有限公司	王 曦	经理	
4	北京君友世纪信息技术有限公司	常根景	经理	
5	北京博导前程信息技术有限公司	张宇宁	经理助理	
6	西安秦云计算机系统有限公司	吴新华	副总经理	
7	西安为华网络有限公司	谭 青	行政	
8	西安信创电子科技有限公司	武 军	大区经理	
9	新道科技股份有限公司	康阿朋	销售经理	
10	北京超星尔雅教育科技有限公司	高雪梅	销售	
11	安徽中恒电子商务有限公司	王 飞	招商总监	
12	合肥殷讯网络科技有限公司	沙嘉红	财务	
13	安徽首购电子商务有限公司	王玉梅	副经理	
14	安徽聪明仔服饰有限公司	刘春萌	副经理	

表 2 调研学校一览表

序号	学校名称	姓 名	职 务	备注
1	安徽国际商务职业学院	孟刘伟	教研室主任	
2	安徽职业技术学院	桂树圆	系副主任	
3	安徽工业经济职业技术学院	冯蓓蓓	教研室主任	
4	江苏经贸职业技术学院	李晓峰	教研主任	
5	滁州职业技术学院	宋君远	教研室主任	
6	安徽工商职业学院	郭晓晨	教研室主任	
7	安徽城市管理职业学院	王 锐	教研室主任	
8	蚌埠职教中心	陈华坤	教研室主任	
9	合肥经贸旅游学校	程竹平	讲师	
10	海军安庆科技学校	龙向左	教师	
11	太湖县职教中心	叶克华	副校长	
12	安徽建工技师学院	周元青	副校长	
13	合肥经济管理学校	李庆丰	副科长	

表 3 提供典型工作任务与职业能力分析表的人员名单

序号	院校全称	成员姓名	手机	邮箱
01	安徽省宣城市工业学校	董 慧	134xxxx9838	524352171@qq.com
02	成都工业职业技术学院	舒晓钧	189 xxxx 5856	1239721158@qq.com
03	东莞职业技术学院	房晓东	135 xxxx 5068	82120310@qq.com
04	佛山市三水区理工学校	吴享明	153 xxxx 0259	825179882@qq.com
05	陈村职业技术学校	欧阳俊	180 xxxx 9927	71463294@qq.com
06	广东省工业贸易职业技术学校	郑丹娜	137 xxxx 1034	1508564379@qq.com
07	广东省贸易职业技术学校	廖媛媛	138 xxxx 9313	199320754@qq.com
08	广州市纺织服装职业学校	陈任绯	159 xxxx 2357	150441781@qq.com
09	杭州市开元商贸职业学校	王 欣	136 xxxx 3266	731148754@qq.com
10	灵宝市高级技工学校	刘海刚	187 xxxx 7686	79024065@qq.com
11	湖南机电职业技术学院	朱靖华	158 xxxx 9056	7006612@qq.com
12	惠州工程技术学校	杨洋	153 xxxx 6757	55331971@qq.com
13	江门市新会冈州职业技术学校	廖健文	135 xxxx 3313	376343319@qq.com
14	锦州市现代服务学校	付 饶	188 xxxx 8096	78093246@qq.com
15	漯河市第一中等专业学校	禹晓君	189 xxxx 2717	516194417@qq.com
16	莆田职业技术学校	蔡爱萍	138 xxxx 8135	793246011@qq.com
17	四川省宜宾南溪职业技术学校	黄静	159 xxxx 5799	270448466@qq.com
18	肇庆市四会中等专业学校	曾永	180 xxxx 2682	50575086@qq.com

（四）调研方式

通过设计调查问卷，进行网络调查、现场走访、座谈交流等方式开展调研。

三、调研实施

根据省教育厅《2015 年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作时间安排建议表》总体建议时间安排，按照我校与安徽科技学院共同制定的《电子商务专业中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作方案》要求，2015 年 7 月至 9 月，试点工作组织开展了调研工作。调研对象主要包括行业企业及职业院校两类主体。到 4 家省内、10 家省外电子商务企业开展调研。通过企业调研，了解相关产业发展现状与趋势，掌握相应岗位技术技能人才需求数量、层次，对从业人员职业道德、文化素质、职业能力、社会能力、身心健康、职业资格证书等方面要求。对 13 所省内、18 所省外开设电子商务专业的职业院校及专业教师开展了调研，通过院校及专业教师调研，了解现行专业教学情况、学生就业去向、学生继续学习的要求与培养现状、电子商务典型工作任务与职业能力要求等。

本次调研活动得到了北京博导前程信息技术有限公司、南京奥派信息技术股份有限公司、安徽工商职业技术学院、杭州市开元商贸职业学校等单位的大力支持和配合，各调研单位相关人员都非常认真地填写了调查问卷，我们收到了大量

的第一手调查材料和相关信息，达到了预期的调研目的，为职业院校电子商务专业课程设置、人才培养模式改革、中高职衔接电子商务专业课程体系建设等提供了全面、客观的依据；对促进职业院校专业设置与产业发展结合，教学过程与生产过程结合，构建适应经济社会发展需要的、符合学校实际的、灵活多样的人才培养模式和途径提供了有力支撑。特别是广东省番禺职业技术学校刘春青老师在调研和方案编写过程中给予的指导和帮助，在此一并感谢！

四、数据分析

此次调查共调研企业 20 家，发放《中高职衔接电子商务专业课程体系建设改革调查问卷（企业卷）》20 份，收回 14 份；发放《中高职衔接电子商务专业课程体系建设改革调查问卷（学校卷）》25 份，收回 13 份；发放《典型工作任务与职业能力分析》30 份，收回 18 份。现对以上材料进行分析如下：

（一）企业调查数据分析

本次调研的 14 家企业中 12 家为电子信息、电子商务类公司，1 家综合教育科技公司，1 家服饰有限公司，14 家企业均开展了电子商务业务。

1. 企业基本情况调查

（1）企业规模

在调研的 14 家企业中，仅有北京超星尔雅教育科技有限公司 1 家规模在 1000 人以上，新道科技股份有限公司 1 家规模在 500 人以上，5 家公司规模在 100 人以上，其余 7 家均为 100 人以下的小公司。

（2）企业电子商务从业人员数

14 家企业中电子商务从业人员数 100 人以上的只有 1 家，总体分布列情况如表 4 所示：

表 4 企业电子商务从业人员数量分布表

电子商务从业人员数	1-5 人	6-20 人	21-50 人	51-100 人	100 人以上
企业数	3	4	3	3	1

（3）企业在人才招聘时对毕业生的能力要求重视程度

企业在人才招聘时对毕业生的能力要求重视程度如下：专业技能排第一，沟通协调能力和专业知识排第二，创新能力排第三，道德操守排第四，最后是独立工作能力和独立解决问题能力，如图 2 所示。

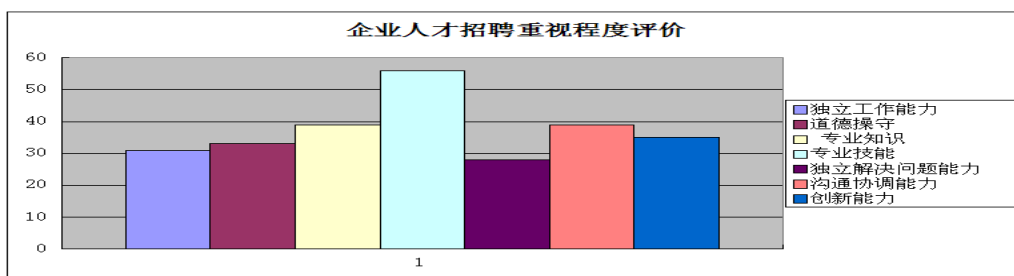


图2 企业对毕业生能力要求重视程度

(4) 企业所设电子商务职位调查

14 家企业中共有 10 家设置了产品经理岗位，9 家设置了网络推广岗位，9 家设置了客户服务岗位，设置最少的岗位是仓库管理员、采购经理，企业设置电子商务岗位情况见表 5 和图 3 所示。

表 5 企业设置电子商务职位分布表

序号	岗位名称	数量	序号	岗位名称	数量
1	产品经理	10	9	网络推广	9
2	UI 设计师	7	10	数据分析师	8
3	多媒体设计师	2	11	仓库管理员	1
4	交互设计师	5	12	采购经理	1
5	前端工程师	3	13	客户服务	9
6	SEO 工程师	8	14	财务审核	2
7	网站编辑	2	15	其 他	0
8	市场活动策划	2			

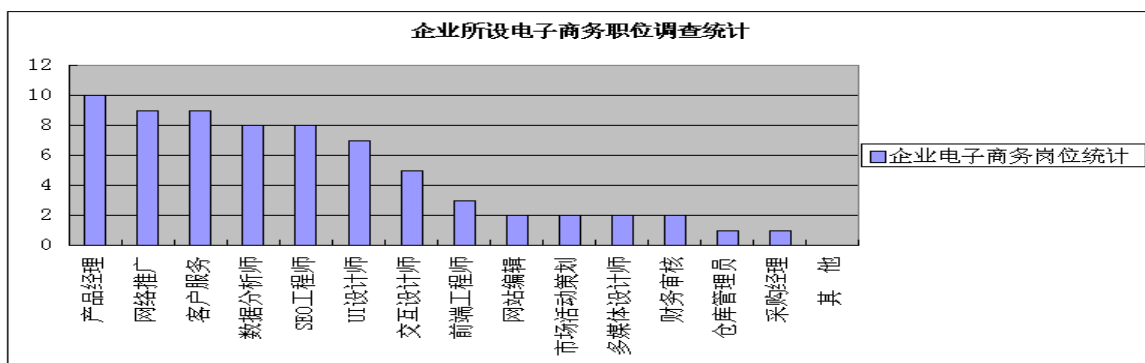


图3 企业设置电子商务职位分布情况

2. 电子商务岗位人才需求调查

(1) 组织架构

目前，生产型、贸易型、网商型三种类型企业的组织架构如图 4 所示。

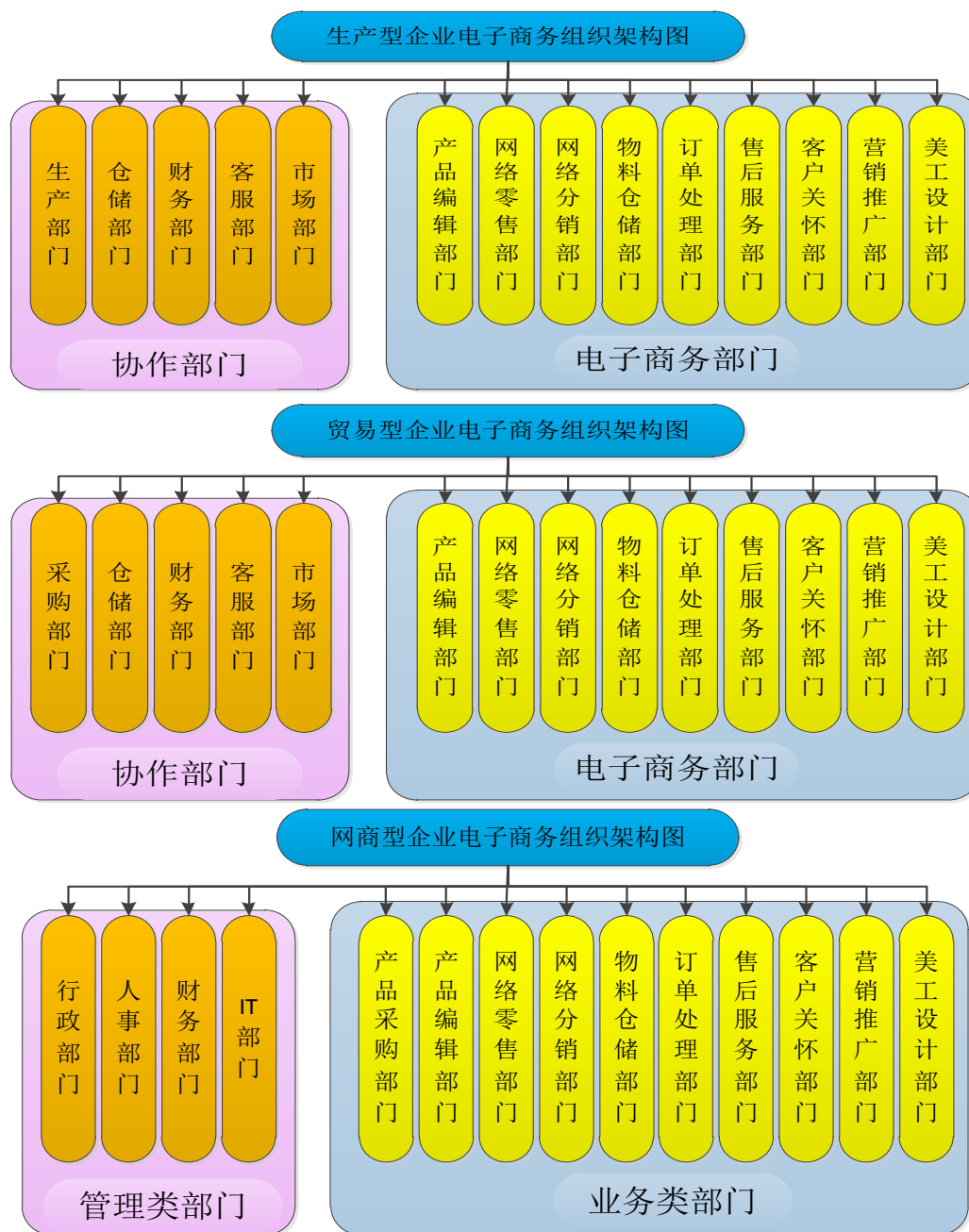


图 4 生产型、贸易型、网商型三种类型企业的组织架构图

由此可见，生产型、网商型、贸易型三种类型企业的电子商务部门基本一致。也从不同层面反映出了电子商务类人才的就业适用面很广，岗位较多。

(2) 部分企业部门职责及岗位设置

表 6 部分企业部门职责及岗位设置

部门名称	部门职能	岗位设置
管理协调小组	由公司管理层组成工作小组，总经办直接领导，工作内容包括：战略规划、运营实施、项目监督、员工培训、管理部署、企业文化建设等	电子商务总监
产品编辑部	负责产品图片拍摄、处理，产品描述编辑，产品上架等	产品编辑
		摄影师
网络零售部	承担网上零售工作；负责在线答复客户、销售商品、订单处理等；	零售主管
		销售客服（若干）
网络分销部	负责网络分销商的招募、管理、发货、支持等；	分销主管
物流仓储部	负责管理仓库，进货、打包发货、进销存管理等；	物流主管
		配货员（若干）
		打包员（若干）
订单处理部	负责打印发货清单、快递单、安排发货、监督运输等；	复核员
		打单员
售后服务部	负责接待售后客户，处理纠纷、退换货、评价处理、客户答疑等；	售后客服（若干）
客户关怀部	负责老客户关系维护及二次开发；客户数据库建立、数据分析、决策支持等。	客户关怀
营销推广部	负责品牌宣传推广；网络软营销、广告；网店运营、网店促销等；	营销专员
美工设计部	负责产品图片编辑、网店装修与美化，市场营销工作的美工支持。	美工（若干）

（3）人才需求情况

对 14 家企业进行电子商务岗位的需求情况调查，统计见表 6。

表 7 电子商务岗位需求情况

岗位名称	急 需	需 要	不需要
网络推广	9	5	0
网站编辑	2	12	0
采购经理	1	0	13
客户服务	9	5	0
产品经理	10	4	0

UI 设计师	7	7	0
仓库管理员	0	1	12
市场活动策划	2	11	1
数据分析师	8	3	2
多媒体设计师	2	9	1
交互设计师	5	8	1
前端工程师	3	9	2
SEO 工程师	8	6	0
财务审核	2	9	2
其 他	0	0	0

按照人才的需求程度作出评估后发现企业急需三类人才，分别是产品经理、网络推广和客户服务，数据分析师、SEO 工程师也很需要，采购经理和仓库管理员几乎不需要，如图 5 所示。

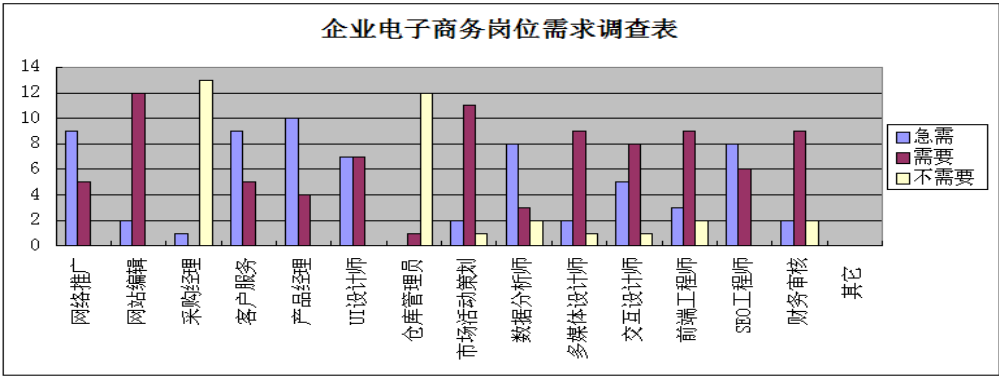


图 5 企业电子商务岗位需求情况

3. 电子商务专业课程重要性调查

关于专业课程的重要性，对 14 家企业的调查结果见表 8：

表 8 电子商务专业课程重要性调查

课程名称	非常重要	较重要	一 般
平面设计	7	7	0
市场营销	10	2	2
美术基础	4	8	2
网上开店	4	7	3
网络营销	10	4	0

网络客服	9	5	0
电子商务基础	8	5	1
电子商务实务	7	5	2
电子商务物流	4	6	3
网络广告制作	6	8	0
商品拍摄与处理	4	6	2
网页美工与制作	6	7	1
网络编辑实务	6	5	1
电子商务网站维护	4	6	3
商务沟通与礼仪	3	7	4
网店美工综合实训	3	6	3
网店运营综合实训	4	7	3
模拟公司综合实训	4	10	
网络营销综合实训	9	4	1
电子商务沙盘实训	7	5	2

在本调查中我们设计了电子商务专业 20 门专业课程，内容涵盖专业基础、专业技能、专业核心课程、专业实训课程以及专业拓展课程，收集到的 14 份问卷评判结果如图 6 所示：

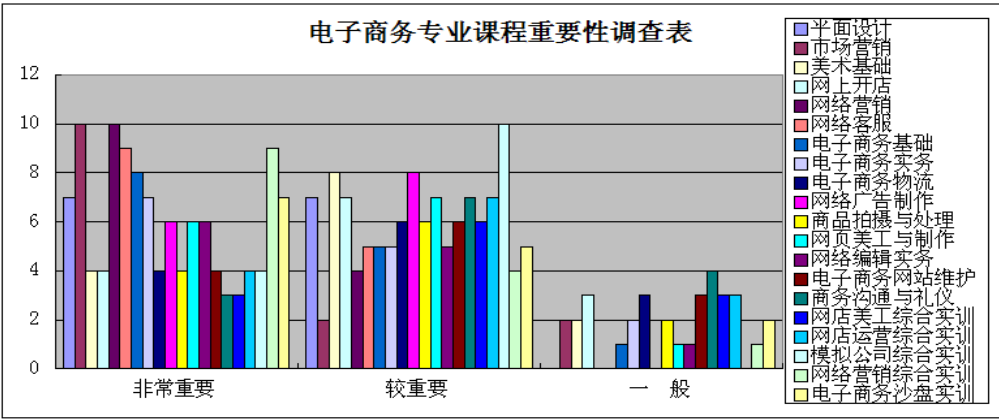


图 6 电子商务专业课程重要性调查情况

上图显示，网络营销和市场营销非常重要，网络客服、网络营销综合实训也非常重要，其次是电子商务基础、电子商务实务、平面设计和电子商务沙盘实训课程。

4 . 电子商务专业相关职业证书需求调查

对企业电子商务专业相关职业证书的重要性评估调查见表 9：

表 9 电子商务专业相关证书需求情况

证书名称	重要	一般	不重要
全国电子商务职业资格证书	11	3	0
中国电子商务职业经理人	1	12	0
国际电子商务师	6	7	1
阿里巴巴电子商务国际贸易应用专员证书	3	11	0
阿里巴巴电子商务国内贸易应用专员证书	2	12	0
阿里巴巴电子商务网上零售应用专员证书	1	12	1
其 他	/	/	/

从上表可以看出，大多数企业认为全国电子商务职业资格证书很重要，国际电子商务师证书次之，其它证书几乎不重要。

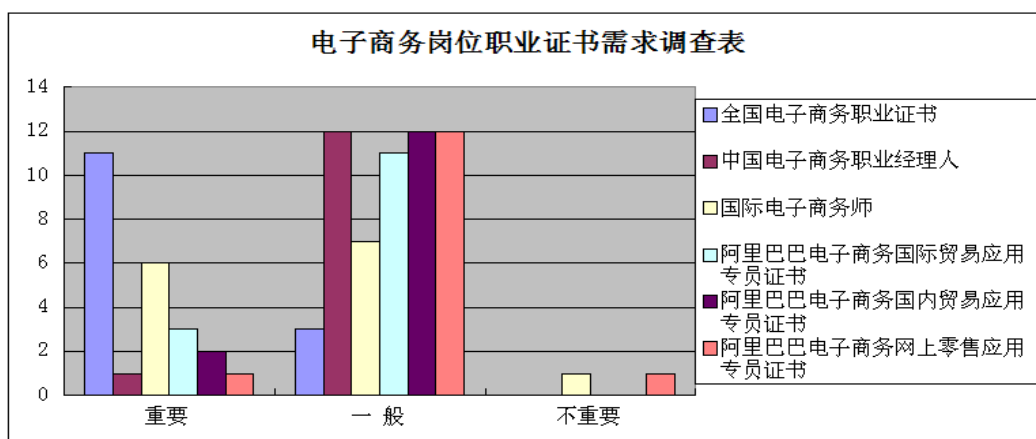


图 6 电子商务岗位职业证书重要性调查

5. 对中等职业学校电子商务专业教学的意见和建议

(1) 对我校电子商务专业理论教学方面的建议

北京君友世纪信息技术有限公司常根景建议要加强移动互联网人才的培养和建设，比如 IOS 及安卓人员的培训，要根据大环境大时代的需要，适当增加大数据、云计算、物联网等专业课程，开阔中职学生的视野；北京博导前程信息技术有限公司张宇宁、南京奥派电子信息产业股份有限公司王亮和武汉灵锐科技发展有限公司黄增杰建议加强学生思维力和分析问题能力的培养，适当增加反映电子商务新技术的课程，特别是移动电商、跨境电商课程等；南京慧高教育科技有限公司王曦建议增加一些理论课程，如客户关系管理，增设移动电商、跨境电商等选修课程；西安秦云计算机系统有限公司吴新华建议电商专业办学要结合区域经

济，制定出合理的人才培养目标及配套的课程体系，要有自己的专业方向，如网络营销、客户服务、网店运营等；西安为华网络有限公司谭青建议增加一些理论课程象移动电商和 O2O 的课程。

（2） 对我校电子商务专业实训教学方面的建议

武汉灵锐科技发展有限公司黄增杰建议可以在传统教学的基础上尝试采用新的教学模式，如体验式教学、翻转课堂、一体化教学等，以激发学生的兴趣；西安秦云计算机系统有限公司吴新华建议提高毕业实习的质量，利用当前的在线学习、实习平台增强学生的学习兴趣，提高实训教学效果；西安信创电子科技有限公司武军建议我校要加强实训室建设，在实训教学中引入真实电子商务企业的工作流程和内容。

（3） 中职电子商务专业毕业生在就业方面迫切需要解决的问题

南京奥派电子信息产业股份有限公司王亮建议应将相关的专业知识与能力相结合，设置专业技能方向课程，供不同就业岗位需求的学生选择。

（二） 学校调查数据分析

1. 学校基本情况调查

（1） 电子商务专业在校生人数调查

从接受调研的 14 家学校情况看，各学校在校生人数分布不均，高职院校江苏经贸职业技术学院最多，中等职业学校最多的一家是合肥经贸旅游学校，各校规模分布情况如图 7 所示。

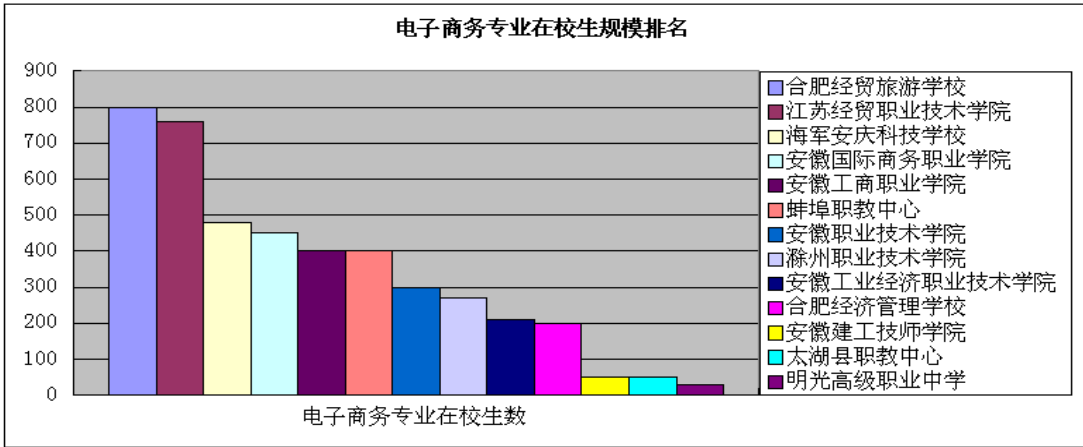


图 7 电子商务专业在校生规模统计

（2） 电子商务专业就业率调查

对 14 家院校近三年毕业生初次就业率调查结果进行统计，学校(院)各专业就业率平均都在 95%以上，而电子商务专业初次就业率为 97.25%，高于其他专业平均数，如图 8 所示。

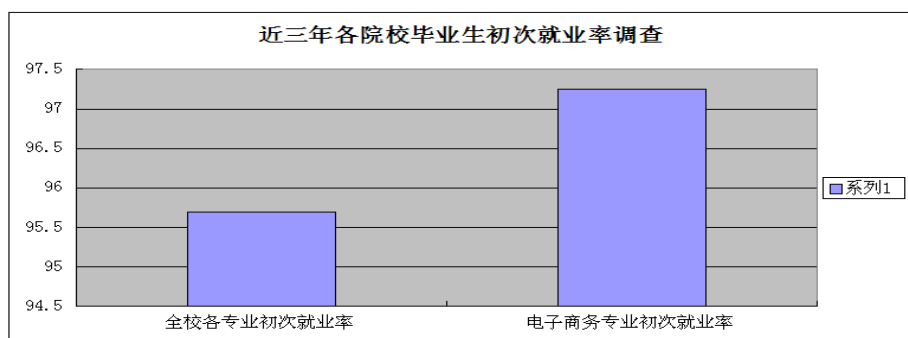


图 8 近三年各院校毕业生初次就业率情况

(3) 电子商务专业人才培养因素重视程度排序

对学校人才培养的 7 个因素进行统计发现学校和企业一样都非常重视学生的专业技能和专业知识的培养，其次是道德操守和独立工作能力。对企业调查时沟通协调能力排名第三，而学校调查此项却排到了第五，这说明企业更重视毕业生的沟通协调能力。

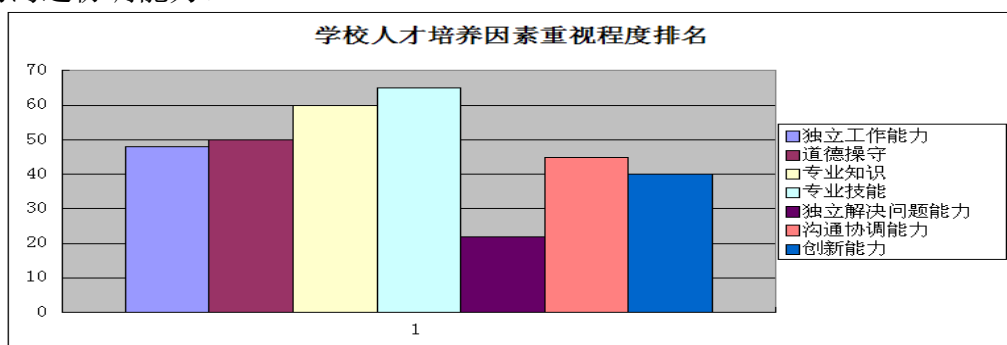


图 9 学校人才培养因素重视情况统计

2. 电子商务专业课程重要性调查

对 14 所学校的调查结果统计见表 10:

表 10 电子商务专业课程重要性调查结果一览表

课程名称	非常重要	较重要	一般
平面设计	6	8	0
市场营销	7	5	2
美术基础	3	9	2
网上开店	4	6	3
网络营销	10	4	0
网络客服	9	5	0
电子商务基础	7	5	2
电子商务实务	6	6	1
电子商务物流	4	6	3
网络广告制作	6	8	0
商品拍摄与处理	4	6	2
网页美工与制作	7	6	1
网络编辑实务	6	5	1

电子商务网站维护	4	6	3
商务沟通与礼仪	3	7	4
网店美工综合实训	3	6	3
网店运营综合实训	4	7	3
模拟公司综合实训	10	4	
网络营销综合实训	3	6	2
电子商务沙盘实训	7	5	2

单纯从重要性的角度观察，网络营销和网络营销综合实训显得非常重要，网络客服次之，总体分布情况如图 10 所示：

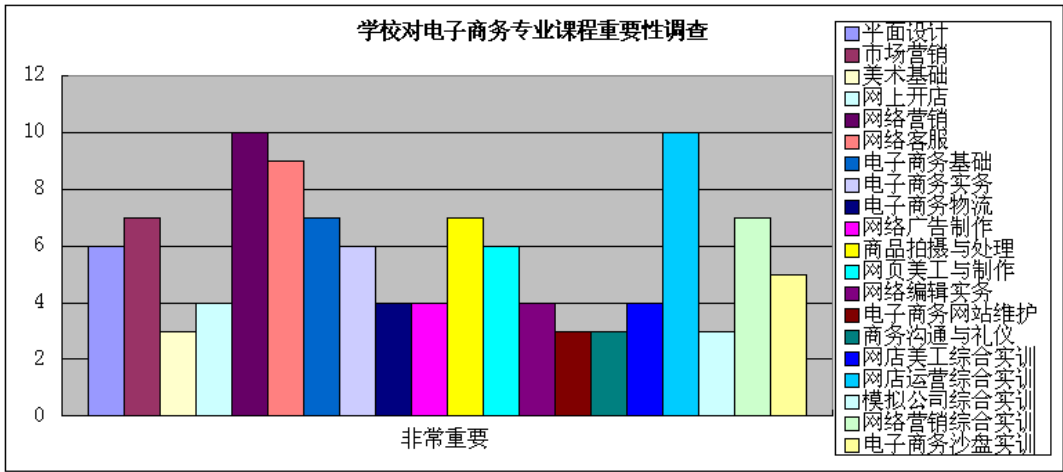


图 10 学校对电子商务专业课程重视程度统计

3. 毕业生知识、能力、素质重要性调查

对 14 所学校的调查结果见表 11：

表 11 毕业生知识、能力、素质重要性调查一览表

能力要求	非常重要	较重要	一般
环境适应能力	10	3	
独立工作能力	6	4	2
自我管理能力	7	3	
道德操守	11	2	
心理素质	5	6	
专业知识	5	6	
专业技能	12	2	
专业实践能力	9	4	
综合实践能力	6	5	
沟通能力	9	4	
协调能力	6	6	
合作能力	9	2	1

创新意识	9	3	1
创新能力	7	5	1

单纯从重要性的角度观察，专业技能排名第一，道德操守排第二，说明学校非常重视专业技能和道德操守的培养，总体分布情况如图 11 所示：

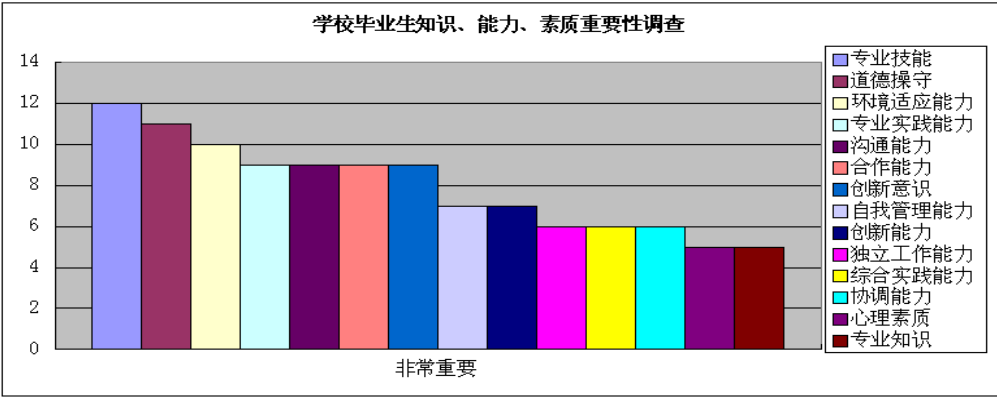


图 11 学校对毕业生知识、能力、素质重视情况统计

4. 电子商务岗位人才需求调查

对 14 家中高职院校电子商务人才的供求情况调查见表 12：

表 12 电子商务人才需求情况调查表

岗位名称	急 需	需 要	不需要
网络推广	12	1	1
网站编辑	3	6	0
采购经理	1	7	1
客户服务	9	5	0
产品经理	4	7	0
UI 设计师	2	7	0
仓库管理员	1	7	3
市场活动策划	1	10	1
数据分析师	8	3	2
多媒体设计师	2	7	1
交互设计师	3	6	1
前端工程师	3	5	2
SEO 工程师	6	6	0
财务审核	2	6	2
其 他	0	0	0

按照人才的需求程度作出评估后发现，学校在安排毕业生就业时企业急需五类人才分别是网络推广、客户服务、数据分析师、SEO 工程师和产品经理，而企业调研时急需的五类人才分别是产品经理、客户服务、网络推广和数据分析师、SEO 工程师，五个岗位在急需程度稍有不同，企业需求排名第一的是产品经理，在学

校调查中产品经理排名靠后，说明企业更注重产品营销与推广，总体评估情况如图 12 所示：

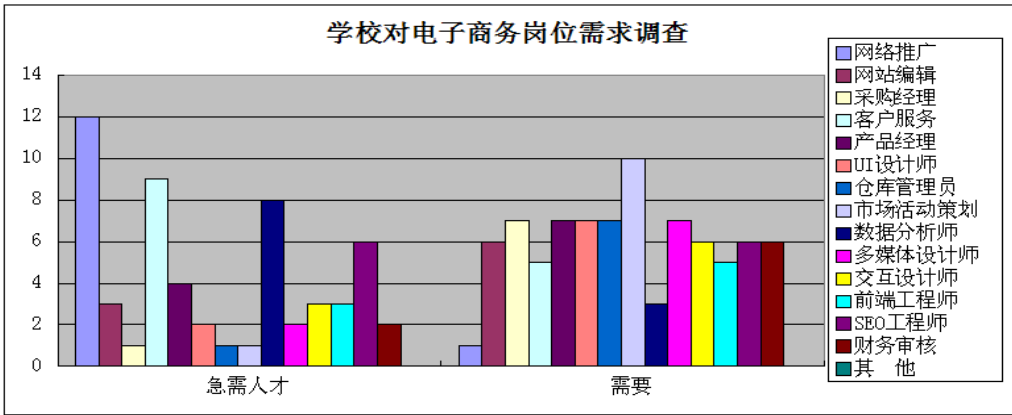


图 12 学校对电子商务岗位重要性评估

5. 电子商务岗位相关职业资格证书需求调查

对 14 家中高职院校进行电子商务岗位相关职业资格证书需求情况进行了统计，见表 13：

表 13 电子商务专业相关证书需求情况

证书名称	重要	一般	不重要
全国电子商务职业资格证书	10	4	0
中国电子商务职业经理人	0	11	0
国际电子商务师	5	5	1
阿里巴巴电子商务国际贸易应用专员证书	4	10	0
阿里巴巴电子商务国内贸易应用专员证书	2	9	0
阿里巴巴电子商务网上零售应用专员证书	3	6	0
其 他（请填写）			

从上表可以看出，电子商务岗位相关职业资格证书需求排名第一的全国电子商务职业资格证书，排名第二的也是国际电子商务师，与企业的需求一致。其中全国电子商务职业资格证书考试分为中级和高级，难度系数较高，中职学生考证过关率较低，国际电子商务师的考证过关率更低。

6 . 对中等职业学校电子商务专业教学的意见和建议

(1) 对我校电子商务专业理论教学方面的建议

安徽工业大学商学院电子商务教研室王琳主任认为学校还应开设电子商务学原理、管理学、经济学和统计学的一些基础理论课程，加强移动电商、跨境电商

等方面的教学；还有部分中高职院校认为，还应加强营销策划、网页设计、网店运营和广告策划等方面的知识传授。

（2）对我校电子商务专业实训教学方面的建议

大多数院校认为在实训方面要加强创新创业方面的实训以及网上开店等实际业务能力的培养。

（3）电子商务专业毕业生在就业方面迫切需要解决的问题

安徽工商职业学院郭晓晨主任建议，在校要做好职业生涯规划，让学生清楚自己的发展方向，考虑适当加入创业教育，做好就业跟踪，经常邀请优秀毕业生回校交流等；安徽城市管理职业学院的王锐主任建议加强学生的自我管理能力、遵纪守法的意识、学生学习的主动性和积极性培养；安徽工大商学院王琳主任建议解决专业开设要更加贴近市场人才需求，重点解决师资缺乏和设施投入不足等问题；滁州职业技术学院宋君远主任建议中等职业学校要加强人文教育、吃苦耐劳精神，克服浮躁心态；蚌埠职教中心陈华坤主任建议中职课程设置要紧紧围绕社会需求，加强校企合作，增强学生实战能力；太湖县职教中心叶克华副校长建议中职校就业方面要关注学生心理承受能力和高强度工作之间的矛盾，让学生有好的发展空间和愉悦的工作环境，为今后的发展打好基础。

（三）典型工作任务与职业能力分析调查数据分析

通过对 18 位教师填写的调查表进行汇总、梳理、分析，电子商务 12 个主要岗位（工作领域）的典型工作任务和职业能力要求见表 14：

表 14 典型工作任务和职业能力分析表

序号	岗位	典型工作任务	职业能力要求
1	策划总监	（1）负责策划部的全面管理工作；（2）带领策划团队，协同相关团队共同完成品牌及产品策划；（3）带领团队对重大促销活动进行策划；（4）对团队策划的工作进行审核把关；（5）培养提升团队策划能力。	（1）具备优秀的策划能力和管理素质，熟悉产品、市场、品牌、广告、营销等策划文案； （2）文字功底很深厚，并且具有 3 年以上的电商营销策划经验；（3）项目管理能力（4）沟通协调能力。
2	运营总监	（1）协助 CEO 制定网站的发展战略，建立网站运营的内部管理制度、规范、标准及业务流程； （2）负责财务、物流、仓储、线上支付、平台推广、媒体对接，并与公司其他部门协调合作，负责对外沟通协调工作；（3）负责网站的内容管理及整体规划、实施以及内容运作，负责网站新项目开发及维护，网站合作和业务拓展； （4）页面、商品、市场等每日浏览，	（1）协调组织、协调、沟通能力优秀，具有创新精神、能承受工作压力； （2）对各大电商网络平台操作规则熟知，有自己的专业领域圈子；（3）熟悉互联网、电子商务市场动态，精通商业网站和相关产品的架构和执行业务流程，熟悉网站运营管理结构和流程；（4）具备网站运营策划和市场推广能力，精通网络推广的手段及其效果测评；（5）具有组织、理性分析数

		分析用户需求，带领团队成员完成栏目调整、网站改造等工作；(5) 监控每日店铺数据，及时根据数据调控各大部门，给出分工、每日着重点等、关注每日平台政策；(6) 负责分解任务、分配资源、完成任务指标，对突发问题进行及时处理；(7) 对上月的各部门财务报告进行分析并根据结果做出相对策略、平台政策、效果数据（每日、每周、每月）更新优化；(8) 负责新渠道开发、管理和维护，制定切实可行的网站运营计划并实施	据能力，根据网站分析工具，对流量、数据分析得出正确的报告
3	天猫淘宝店长	(1) 宝贝优化(把当天下架的产品优化标题词，让标题的词与宝贝属性相关，把一星期没有流量的词换掉，尽量换成飙升词和热搜词，提高宝贝曝光率与点击率)；(2) 店铺优化（店铺首页检查，优化宝贝分类页、宝贝详情页，合理排版，合理推荐，要考虑到不同人群的购物习惯）；(3) 全店宝贝整理分析（整理全店宝贝，区分主推款，热销款，滞销款，30天没有销量的款不会给店铺加分，90天销量不到2的会拉低店铺权重，重点优化这些滞销款，提高店铺权重）；(4) 付费流量优化（直通车优化，主要优化直通车词，删除对账户没帮助的词，加入更优质的词，优化定向人群等，提高直通车转化率与点击率）(5) 巡店，检查店铺所有宝贝（检查每个宝贝的详情页，主图、标题文字等是否存在问题，发现问题及时解决，影响转化的地方马上解决）。	(1) 敏捷开放的思维（想问题要多方面，能从多个角度看待问题，考虑解决方法，喜欢尝试新的方法）；(2) 优秀的执行力和管理能力（制定的计划目标，每一步都要严格执行，才能完成好计划。这里说的管理能力是管理自我的能力，能够合理的管理时间，把事情分配好，高效的工作）；(3) 好的把控力和学习能力（能够把控好步骤和结果，运营有很多东西需要学习的，学习能力一定要好）；(4) 准确长远的眼光，敏锐的洞察力（能够看清未来的发展趋势，提前做好准备，可以在一些新闻中洞察到商机，合理利用时事热点）。
4	京东店长	(1) 负责京东促销活动公司内部协调工作，策划京东店铺促销和关联销售活动，分析每日营销和交易数据；(2) 负责与京东运营人员接洽沟通，做好各方面配合工作；(3) 负责商品标题、广告语详情优化，以获得尽可能多的自然流量和尽可能高的成交率；(4) 负责京东商城店的总体运营，包括网店的选品，店铺整体策划，店铺风格定位，店铺布局、活动策划、营销推广，商品上下架及充分利用京东的各种活动资源，完成公司的销售任务。(5) 领导安排的其他工作。	(1) 对京东会员的购物心理有充分的认知，有较强的市场感知能力，有敏锐的把握市场动态方向的能力；(2) 熟悉京东商城的运作管理，熟悉京东商城的运营环境、京东商城制定的交易规则、京东商城的推广方法，有效利用京东商城网站广告资源；(3) 精通京东后台系统和前台陈列系统（店内分类、推荐系统、搜索系统等）的应用，能对店面布局和版面的改善提出持续的改进意见，并能和有关人员协调解决问题；(4) 较好的人际沟通能力，组织协调，应变能力，具有强烈的责任心和事业心。
5	美工组长	(1) 负责美工总体工作的安排；(2) 美工做图、页面的把关；(3) 与店长、运营策划店铺活动、活动页面；(4) 领悟运营的想法，把想法表达给手下美工，让其完成页面；(5) 指导美工完成	(1) 需具备团队管理能力、执行力，协调美工与其他部门配合完成工作；(2) 审美能力，能看出美工的做图质量，指出图片错误，给出建议；(3) 领悟能力、表达能力，领悟运营想法，

		工作; (7) 提升美工的能力; (8) 巡店, 发现页面错误并改正; 监控数据变化, 看主图的点击率、页面转化率、页面跳失率, 找出图片或页面数据表现不一致的情况。	把想法表达给手下美工, 配合其完成页面; (4) 文案功底, 页面、活动文案的策划, 写作; (4) 指导能力, 指导美工完成页面, 提升美工水平; (5) 策划能力, 配合店长、运营策划店铺活动。
6	美工	(1) 拍摄新产品的各种展示照片; (2) 美化/优化网店、处理商品图; (3) 店铺首页、详情页、二级页、活动页、主图、直通车图、钻展图创意作图; (4) 活动页面(首页、关联)的装修; (5) 配合运营及时完成作图。	(1) 熟练使用 Photoshop 等软件; (2) 有自己的审美观, 有自己的主见, 需要坚持的不被其他人的意见影响, 但不顽固不化; (3) 页面的排版能力、构图能力、字体、色彩的运用; (4) 偶尔的脑洞大开, 做不一样效果的页面; (5) 临摹能力, 初入职场, 不懂就抄, 抄着抄着就会了, 抄都抄不了就没救了; (6) 较强的文案功底; (7) 理解能力, 需充分理解运营、领导的想法。
7	推广专员	(1) 负责淘宝推广如直通车、钻石展位、淘宝客等操作流程, 懂得如何设计关键词, 能把握好直通车上架时间, 做好竞价排名, 降本增效; (2) 能够根据淘宝提供的各种营销工具, 协调相关部门制定相关的营销策略并实施、跟进; (3) 对网上店铺的 IP、PV、销量、跳出率、地域分布、转化率等做出专业的数据分析及平时做好竞争对手店铺的数据的采集、评估与分析;	(1) 对淘宝行业有一定了解; (2) 逻辑思维强, 对数据敏感, 统计分析能力强; (3) 具有独立的想法, 承受能力强; (4) 对行业大数据把控能力强; (5) 自主学习能力强; (6) 熟悉淘宝各种线上活动的推广手段, 对淘宝网各类免费、付费活动的参与流程及操作技巧较为了解, 并具备实际操作经验; (7) 精通淘宝关键字策略、熟悉淘宝的搜索排名和优化; (8) 具有强烈的责任心与工作激情, 较好的沟通协调能力和较强的逻辑思维及数据分析能力, 对数据敏感。
8	微信网络推广	(1) 负责微信公众号运营推广, 负责策划并执行微信营销的日常活动及跟踪维护; 根据项目制定的内容方向发布各种微博、微信内容; (2) 挖掘和分析网友使用习惯、情感及感受, 即时掌握新闻热点, 能够完成专题策划、活动; (3) 提高粉丝活跃度, 与微博、微信的粉丝做好互动; 对粉丝的网络行为进行分析与总结, 收集分析其他同行业微信公众号的运营情况及最新活动信息。	(1) 有微信、微博或网络推广经验, 有一定的互联网推广资源者优先; (2) 具备良好的文字功底, 善于沟通, 擅长信息的收集与分析, 善于揣摩网民喜欢关注的内容; (3) 能够处理图片, 会基本的 P 图技巧; (4) 熟悉网站运作和推广的各种方式, 掌握各种流量跟踪方法; 熟悉 BBS、微博、微信等, 善于把握客户的各层次需求。
9	销售客服	(1) 踏实, 能吃苦, 有责任心, 有亲和力; (2) 熟练使用旺旺聊天工具, 以及 Q Q 聊天工具进行在线销售; (3) 独自处理售前, 售中及售后问题; (4) 核算出价格与顾客确认订单, 打字速度每分钟不低于 60 个字; (5) 对淘宝流程熟悉, 有淘宝工作经历等。	(1) 对销售工作有较高的热情; (2) 具备较强的学习能力和优秀的沟通能力; (3) 性格坚韧, 思维敏捷, 具备良好的应变能力和承压能力;
10	售后客服	(1) 根据客户的需求处理投诉及建议, 定期回访; (2) 异常订单及时与客户沟通处理, 与仓储进行沟通配合; (3) 每日遇到的售后问题等做好记录, 并在大	(1) 思维清晰, 热情, 认真负责, 听从工作安排, 适应压力环境下工作, 能很好的配合团队工作; (2) 普通话标准; (3) 打字速度, 70 字/分

		会上整理汇报；(4) 网店每日销售数据汇总和资料整理。	钟；(4) 性格好，脾气好。
11	物流主管	(1) 负责仓库管理、物流管理、部门员工管理；(2) 负责订单核对；(3) 负责商品检验；(4) 负责商品打包和发货。	(1) 具备良好的专业素质和业务能力，沟通能力，语言表达能力；(2) 掌握淘宝知识和网店业务流程；熟练使用进销存软件；熟悉产品知识，掌握各种产品的包装技巧；对快递物流的规则非常了解。(3) 熟练掌握淘宝知识和网店管理的各项功能；熟练掌握网店产品信息及产品专业知识；熟练使用相关网店管理软件；工作耐心细致。
12	仓储主管	(1) 能快速熟悉订单与货物型号，根据订单信息进行准确配货，快速打包，及时发货；(2) 仓库货品的入库、码放、保管、盘点等工作；(3) 与采购跟单保持沟通，确保库存数量安全和发货顺畅；(4) 负责保持仓内货品和环境的清洁、整齐和卫生工作。	(1) 认真仔细，对数字敏感；(2) 良好的沟通表达能力，责任心强；(3) 具有仓库经验者优先；(4) 能适应上夜班。

五、调研结论

通过对企业、学校调研材料的数据分析，可以得出如下结论：

(一) 推进电子商务专业中高职衔接是对接电商产业发展的需要

电子商务作为现代服务业中的重要产业，具有市场全球化、交易连续化、成本低廉化、资源集约化等优势，其在我国工业、农业、商贸流通、交通运输、金融、旅游和城乡消费等各个领域的应用不断得到拓展，应用水平不断提高，正在形成与实体经济深度融合的发展态势，已成为拉动国民经济保持快速可持续增长的重要动力和引擎。随着电商产业的迅猛发展，各类市场主体特别是各类中小微企业事业单位大量需要从事网上商务信息收集与处理、电子商务运营、网络营销与策划、网店美工、电子商务仓储与物流配送、客户服务与管理、网站建设与日常维护管理等工作的高素质劳动者和技术技能专门人才，特别急需客户服务、网络营销、网店运营、网店美工、移动商务等人才。职业院校电商专业毕业生主要面向中小微企业，而中小微企业发展迅速，仅安徽省每年就要增加中小微企业 5 万户，按每个企业配置 1-2 名电子商务人员计算，仅我省电子商务行业每年需要增加 5 万多名电商从业人员，社会电商人才需求旺盛。根据服务发展的原则，职业院校要依据电商产业对电商人才层次类型的不同需求和学生职业发展途径，科学确定中等和高等职业教育的培养目标，建立产业技术进步驱动课程改革机制；依据岗位工作任务和技术进步要求确定中等和高等职业教育课程内容，并做好有效衔接；依据生产过程要求确定教学过程；推动课程标准与职业标准相融合，学历

证书与职业资格证书相对接，从而培养符合电商产业发展需要的人才，更好地对接、服务电商产业发展。

（二）企业对职业院校电商专业人才素质与能力要求迈向更高层次

随着电商产业的迅猛发展，企业对电商的人才需求不仅数量越来越大，而且对电商人才知识、能力、素质等方面的要求也是越来越高，特别是对电商从业人员的专业技能、职业能力、沟通协调能力、创新能力等有了更高的要求，普遍需要既懂电子、又懂商务，既会应用、又会创新的现代电子商务应用型复合人才。企业对职业院校电商专业人才素质与能力的要求向更高层次迈进，主要表现在：

1. 企业希望毕业生素质要过硬，具备一定的专业基础知识和操作技能，能够主动学习岗位技能，具备较强的沟通能力，能够承担一定的工作压力。

2. 要求毕业生具备基本的开展商务信息收集、分析和处理的能力，从事电子商务运营、推广的能力，从事电子商务物流与配送的能力，客户开发、服务、管理能力，网页制作能力及电子商务运营的能力，稍加培训即能上岗，企业希望不需像培训非专业新员工那样花费大量的时间和成本。

3. 企业要求毕业生对电商产业发展新趋势、新形式、新技术有一定的了解，具有开拓创新意识和初步的创业能力。

4. 电商岗位要求毕业生具有计算机系统操作工、电子商务员中级工以上的职业技能证书，能熟练掌握网络操作系统，开展商务信息收集、分析、处理，独立进行电子商务交易平台的操作，具有从事电子商务运营、推广等方面的能力。

5. 中小微企业要求毕业生最好是一专多能，学习能力、团队协作意识较强，既能胜任电子商务交易操作、电子商务网站维护等技术岗位的工作，也能在管理岗位上有所作为。

（三）电子商务专业中高职衔接是职业教育发展的必然要求

1. 中职教育与高职教育作为两个不同层次的职业教育，二者之间顺畅地实现互通互融，对职业教育发展至关重要，对构建现代职业教育体系具有重要促进作用。电子商务专业中高职衔接也是电商专业技能型人才自我发展的需求、电商人才岗位成长的需要。

2. 原有独立的中职教育与高职教育专业设置的契合度较低，中、高职院校电子商务专业人才培养过程中都强调各自的培养模式，在人才的培养定位、人才的层次性、专业能力的递进发展、岗位胜任能力的互补性方面都存在一定的欠缺，使得中高职衔接缺乏基础支撑。推进本专业的中高职衔接将有力促进中高职院校对人才培养规格的合理定位，优化人才培养方案和课程设置体系，提升本专业人才对市场的适应能力和自我发展能力。

3. 安徽省目前开设电子商务专业的高职院校有 53 所、中职学校有 113 所，构建合理的中高职衔接体系将有利于我省中高职业院校的分层次发展和互通互联，

促进电商专业人才在专业知识面上的拓展、综合能力与素质的提升，更好地服务区域电商产业发展，为“电商安徽”作出积极贡献。

（四）我省电子商务专业中高职衔接课程体系改革工作需要大力推进

我省电子商务专业中高职衔接的现状如下：

1. 电子商务专业中高职衔接不紧密。中职毕业生多数直接走向社会发展，进入高职院校进一步提升的意愿不足。高职院校嫌弃中职生源素质较低、难以管理，不愿多招。这些现象导致中高等职业教育的衔接困难重重。

2. 电子商务专业中高职人才培养定位、能力与素质要求融通不够。

3. 中职、高职电子商务专业课程体系封闭、衔接错位。课程衔接是中高职衔接的核心。高等职业教育是在中等职业教育课程设置的基础上，按照对口专业设置课程，按照“专业有所对口、课程有所对应、内容有所区分、知识与技能由浅入深”要求构建起来的。但从人才培养方案的实际执行上看，中职学校与高职院校沟通欠缺，各自构建自己的课程体系，确定自己的教学内容与教学安排，课程体系封闭、结构错位严重，专业课内容重复、实训实践课程比重偏低、课程开设续接顺序不合理、文化基础课脱节等问题相当突出。

4. 电子商务专业中高职衔接课程体系尚未建立，高质量的中高职衔接教材及教学资源建设尚未启动。

5. 电子商务专业中高职衔接转段升学要求不明晰，评价机制缺乏。

6. 中高职院校衔接沟通渠道不畅，中高职衔接研究发展有待进一步拓展。

我省电子商务专业中高职衔接存在着诸多问题，制约了电子商务专业的发展，影响了电商人才培养，不能适应电子商务产业的飞速发展。职业院校电子商务专业必须加大改革创新力度，加快构建对接现代产业要求、体现终身教育理念、中等和高等职业教育相衔接的课程体系，重点在培养目标、专业设置、课程内容、教学过程等方面实现中等和高等职业教育之间的统筹和有机衔接，对课程设置及要求、教学进程、各类课程学时分配、实训要求以及理论与实践课程比例、必修与选修课程等进行优化整合，合理安排，制定出切合实际、行之有效的电子商务专业人才培养方案。电子商务专业中高职衔接人才培养方案经省教育厅评估审核通过后，在全省推广实施，实现电商技术技能人才培养的系统化和制度化，从而保证电商人才培养质量。

六、改革和建议

（一）找准专业定位，健全配套体系

要明确用人单位对电子商务人才知识、能力、素质等方面的要求，找准专业

定位和培养目标，从而明确培养什么样人才、教授哪些内容、如何开展理论和实践教学等问题。职业院校要依据用人单位对本专业人才理论知识、操作技能和基本素养的需求，明确将提升职业能力作为电子商务人才培养的目标导向，培养“既懂电子，又懂商务；既会应用，又会创新”的现代电子商务应用型复合人才，结合《电子商务师国家职业标准》对电子商务员、助理电子商务师的考试要求，完善人才培养的课程体系、实践体系、教学内容、教学方法、就业指导、质量评价与反馈。要打破传统教育按学科设课的固有模式，按照专业培养目标和关键知识、能力、素质的要求，整合课程和知识模块，加强“双师型”和“双能型”师资的引进和培养，提升教师教学能力，提倡适合中、高职人才培养的启发式、案例式、讨论式、角色演练式和课内外结合式教学方法，实现教学做合一、理实合一。同时要建立学校、系室、学生以及用人单位和社会共同参与的涵盖专业建设、学科建设、教学运行、教学管理、就业调查与评价等各环节的应用型人才教学质量监控保障系统。

（二）建立人才培养互动机制，培养职业能力

目前许多学校的人才培养方案仍未突破原有的以培养学术型人才为主的封闭式人才培养模式的范畴，导致毕业生在知识结构、专业技能、应用能力等方面，难于适应用人单位需求。而事实上，中、高职院校的人才培养定位与学术型人才培养是决然不同的。随着经济的发展和产业结构的调整，电子商务领域对于相关专业人才的职业能力要求在不断变化，学校要广泛向毕业生、用人单位、社会开展人才需求和培养绩效调查，结合学校人才培养的层次和实际情况，明确人才培养目标，并建立电子商务专业人才培养供求及质量反馈、监控和评价机制，逐步将企业、社会、政府引入到人才培养管理过程当中，多元介入，多管齐下，提升人才的职业能力。

通过聘请更多校外专家为专业建设指导委员会委员，定期召开专业建设指导委员会专家会议，充分发挥专业建设指导委员会的作用。针对用人单位对电子商务专业人才所需的职业技能和综合素质的要求，听取企业专家对专业建设、人才培养方案的意见，对专业人才培养方案的具体内容做出相应调整。采取“请进来”和“走出去”的办法，邀请校外专家来校做专业讲座和担任实习指导教师，邀请有实际工作经验的专业人员作兼职教师承担本专业的部分教学任务，提高学生的学习热情和动手能力，进而提高教学质量。

（三）加强电子商务专业人才培养模式改革创新

通过调研我们认识到，要使我校电子商务专业培养的学生符合社会、行业、企业的需求，职业院校电子商务专业人才培养模式必须进一步进行改革和创新。通过实施“校企合作、工学结合”和“教、学、做”一体化人才培养模式，探索项目和创业班教学等，突出职业技能训练，强化职业素质养成。

要努力形成具有职业院校特色的“教、学、做”一体化教学模式，开展教学手段一体化研究；充分利用数字化资源平台，建立本专业数字化教学资源库，建设优质核心课程、微课程和精品课程，开发校本教材。在校内外共享优质教学资源，主要建设网络营销、电子商务基础、电子商务实务等课程资源库，强调专业的实用性；以职业能力为依据，专业课程实行模块化教学法，提高学生的学习兴趣；重视岗前实习，努力让学生“零距离”专业对口实习、就业；加强教师技能提升，加强学生技能培养。在教学环节，加强文字录入、拍照、图形图像处理 PS 等基本技能的培养，加强专业课的校内实训力度，培养学生的动手能力，只有这样，职业院校电子商务专业才能具有自己的特色，才能乘上高速发展的列车，才能开创现代职业教育全新的时代。

同时，电子商务应用性强的特点决定着传统的课堂教学、模拟软件等教学模式，不能展现真实环境下电子商务的具体工作运作过程，从而使学生难以运用所学的专业理论和知识，发现问题、分析问题和解决问题，并从中验证理论、积累经验、提升技能和激励创新。项目教学法作为一种新型的以工作过程为导向的教学模式，强调学生在实践教学过程中的主体地位，教师基于“项目”理念，依据课程的教学目标和教学内容，从真实环境下相应的电子商务工作过程中开发出一系列具有实践性、启发性的项目，激励、帮助、引导学生计划、实施和评估项目，让学生在实践课程的“干中学”过程中构建知识和提高职业能力。该教学模式符合中、高职院校电子商务专业的培养目标和课程教学要求，宜大力推广。

（四）改革课程体系加强中高职衔接

电子商务是一门新兴的、交叉性专业，电子商务课程体系的构建至今没有一个公认的模式，电子商务涉及到计算机技术、经济管理、工商管理、商务贸易等多个学科。由于地区经济发展需求和学校自身办学层次、办学特点的不同，各个学校电子商务专业建设方向和人才培养目标也不尽相同，这种差异要求我们建设适合我省特点的中高职衔接电子商务专业课程体系和教材开发体系，以紧跟新时期电子商务行业的高速发展步伐。针对电子商务的不同岗位需求，循序渐进，以实现从基础知识、专业知识、专业技能、综合知识、素质和能力多层次的培养需求目标，实现结构化人才培养的中高职衔接课程体系建设。

目前多数职业院校电子商务专业核心课程模块和选修课程模块共设置电子商务概论、市场营销学、网络营销、网页制作、电子商务网站建设、电子商务案例分析、电子商务实务、证券投资、物流与配送、商务沟通与客户服务、国际贸易、演讲与口才、商品学、企业管理等十几门课程，课程亟待整合。我们建议结合当前电子商务企业对美工、IT 技术、数据分析、活动策划、市场营销和供应链管理人才的需求方向，同时参照电子商务员考试、计算机系统操作员两大考试科目的 15 项考试要求，系统、科学地设置课程体系，并通过科学制定教学大纲、选用和

编写教材教案，来整合各门课程的教学内容，避免出现内容重复、缺失现象。

（五）加强师资队伍建设的

当前不少职业院校电子商务专业教师基本上是从计算机或者经济管理类学科转过来的，其中一部分是大学毕业直接走上教学岗位的，缺乏企业实践工作经验，与企业岗位需求和专业发展需要存在着较大差距。电子商务专业知识更新快和实际工作的复杂性决定了教师继续学习和培训的重要性。没有培养出相应专业化的老师，就不可能培养出专业化的学生。

要系统地制定电子商务专业专兼职教师聘用和团队建设方案，通过招聘电子商务专业硕士研究生，引进学科带头人和高级技术人才。建立健全专业教师培养长效机制，按照质量、规模、结构、效益协调发展的原则，加强对专业带头人、骨干教师、“双师型”教师和兼职教师的培养，扶持一批积极进取、发展潜力突出的青年教师，鼓励他们参加电子商务研究生进修、企业实践和资格认证，逐步建设一支具有良好学历、职称、知识和素质结构的以专业带头人、专业骨干教师、行业企业电子商务专家为核心的优秀教师团队。

同时，学校通过定期、不定期邀请企业界电子商务资深人士到校交流、授课，通过安排教师参加电子商务专业青年教师国家级培训等途径，让教师了解当前电子商务领域发展趋势、理论前沿，熟悉国内著名企业的电子商务运作特点、成功经验，有效提高教师电子商务专业实践教学水平，为更好地开展专业教学创造条件。

（六）改革考评模式，推进学分认定

教学考评是教学的终端环节，教学考评的科学与否对教学绩效具有十分重要的影响。电子商务课程教学本身的特征决定着，按照以往期终试卷考试的方式进行考核，往往难以客观反映学生的学习效果。因此，要结合各课程的教学目标、教学任务和教学过程的具体特征，构建科学的、以职业能力考评为主的综合指标体系，通过用人单位、学校、学生共同参与，期终考核和过程性考核相结合，以期客观、科学地反映电子商务课程教学质量。通过教考分离、过程考核、技能大赛、技能鉴定、顶岗实习等综合评价学生的知识、技能水平和职业素养，促进学生的全面发展。同时通过教学检查、学生评教等方式对教师的教学活动进行科学评价，从而保障人才培养的质量和效益。

此外，围绕专业培养目标，推行创新创业实践学分认定，积极鼓励学生参加各类专业相关的竞赛、资格认证、技能培训、专利发明和创业活动，既丰富了第二课堂，又提升了职业能力和创新创业素养。

（七）深化校企合作，建立长效机制

《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》提出：“建立健全政府主导、行业指导、企业参与的办学机制，制定促进校企合作办学法规，促进校

企合作制度化”。长期以来，由于政府部门和教育体系改革，政府部门、行业组织和学校之间的关联逐渐弱化，彼此之间的统筹协调部门和制度机制出现缺位，加之学校和企业之间利益目标的不一致性，导致校企合作形成了“学校主导、行业企业被动参与、以实训基地为主”的浅层次合作局面。要使校企合作成为学校重要的实践教学模式，促进校企双方高质量的深度合作，必须破解现阶段校企合作在制度机制和组织绩效方面的困境。

要通过发挥政府部门在校企合作当中的主导作用，建立起有利于校企一体化的管理制度、运行机制，强化行业组织在电子商务人才培养标准制定和实施方面的作用，重视企业在电子商务专业教学的方案制定、教学实施和绩效考评等方面的参与。校企双方本着“挖掘优势资源潜力，发展职业教育，优化建设人才结构”的指导思想，以“互相合作、互利互惠、实现双赢、共同发展”为基本原则，通过完善电子商务专业教学指导委员会建设，构建校企合作平台，定期开展专业建设指导委员会成员中的企业行业专家、业务骨干等开展职业教育理念、课程开发方法等方面的培训与交流，制定校企合作运行机制，构建校企合作共建人才培养管理机制，与企业签订相关合同或协议，积极探索与密切联系的企业在工学结合、顶岗实习等方面的合作，建立校企合作、工学结合的长效机制，逐渐把电子商务专业校企合作从单一学校和企业之间浅层次的工学结合、工学并行、共建基地，向共建园区、职教集团、教学联合体等多方深层次合作的实践教学模式推进，实现共赢。

（八）深化产学研合作教育，拓宽就业创业渠道

产学研合作教育将生产、教学、科研相结合，充分利用企业、学校、研究所各单位资源，提升学生综合素质、实践能力、创新能力、就业能力和创业能力，是开展应用型人才培养的重要教育形式。《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》提出“推进产学研用结合，加快科技成果转化，规范校办产业发展。为社会成员提供继续教育服务。”因此，要充分发挥产学研合作教育在应用型人才培养方面的优势，通过总结美国的政府引导和推动产学研合作、校企合作创办研究中心、创办科技园和创新中心等模式的成功经验，分析校地合作、联合攻关、创办高新技术企业、建立产业技术创新战略联盟的可行性，探索适合本校发展的，有利于拓宽就业创业渠道、改善创新创业环境的产学研合作教育模式。

总之，职业院校电子商务专业建设必须在人才培养模式与课程体系建设、师资队伍建设、校企合作工学结合运行机制建设等方面不断改革创新，这样，才能培养出高质量的电子商务技术技能专门人才，满足电商产业发展需要，推动电商职业教育发展。

2015年9月30日

安徽省中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点 学校调查表

尊敬的领导：

您好！

非常感谢您在百忙之中抽出宝贵的时间参与本次问卷调查。按照《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》的要求，我校正在开展 2015 年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作，以期进一步推进中等职业教育课程改革，切实提高中等职业学校教学水平和办学质量。

您的意见和建议将为我们了解企业对现行专业教学的要求与建议，明确专业定位和内涵，提供有力的数据支持和实践指导。我们衷心希望您能如实填写调查问卷。同时，我们承诺，您所填写的任何数据都将被严格保密，即使在研究中引用相关数据，也不会涉及具体企业的名称。再次谢谢您的合作与支持！

安徽科技贸易学校

2015 年 8 月 9 日

学校名称_____（公章） 填表人姓名_____ 职务_____ 联系电话_____

一、基本情况

1、贵校(院)有无电子商务专业_____

（1）有 电子商务专业在校生规模_____人，（2）无

2、贵校(院)近三年毕业生初次就业率(%) _____，及电子商务专业毕业生初次就业率(%) _____

3、贵校(院)在人才培养时对如下因素重视程度排序情况（填序号，从重要到不重要依次排序）

- _____
- （1）独立工作能力 （2）道德操守 （3）专业知识 （4）专业技能
（5）独立解决问题能力 （6）沟通协调能力 （7）创新能力
（8）其他_____

（填写格式样版：(4) > (1) > (3) > (2) > (5) > (7) > (8) > (6)）

二、电子商务专业课程重要性调查表

请您根据目前电子商务岗位人才的知识、能力、素质需求情况，对如下课程的重要性作出评估，并在相应处打“√”。

课程名称	非常重要	较重要	一般
平面设计			
市场营销			
美术基础			
网上开店			
网络营销			
网络客服			
电子商务基础			
电子商务实务			
电子商务物流			
网络广告制作			
商品拍摄与处理			
网页美工与制作			
网络编辑实务			
电子商务网站维护			
商务沟通与礼仪			
网店美工综合实训			
网店运营综合实训			
模拟公司综合实训			
网络营销综合实训			
电子商务沙盘实训			

三、毕业生知识、能力、素质重要性调查表

请您对毕业生所需知识、能力、素质的重要性作出评估，并在相应处打“√”。

名 称	非常重要	较重要	一般
环境适应能力			
独立工作能力			
自我管理能力			
道德操守			
心理素质			
专业知识			
专业技能			
专业实践能力			
综合实践能力			
沟通能力			

协调能力			
合作能力			
创新意识			
创新能力			

四、电子商务岗位人才需求调查表

请您根据目前电子商务岗位人才的供求情况，对如下岗位人才需求程度作出评估，并在相应处打“√”。

岗位名称	急 需	需 要	不需要
网络推广			
网站编辑			
采购经理			
客户服务			
产品经理			
UI 设计师			
仓库管理员			
市场活动策划			
数据分析师			
多媒体设计师			
交互设计师			
前端工程师			
SEO 工程师			
财务审核			
其 他			

五、电子商务岗位相关职业证书需求调查表

请您对电子商务专业相关职业证书的重要性做出评估，并在相应处打“√”。

证书名称	重要	一般	不重要
全国电子商务职业证书			
中国电子商务职业经理人			
国际电子商务师			
阿里巴巴电子商务国际贸易应用专员证书			
阿里巴巴电子商务国内贸易应用专员证书			
阿里巴巴电子商务网上零售应用专员证书			
其 他（请填写）			

六、你对中等职业学校电子商务专业教学还有哪些意见和建议？

(一) 理论教学方面, 我校目前主要有: 电子商务概论、市场营销学、网络营销、网页制作、电子商务网站建设、电子商务案例分析、电子商务实务、证券投资、物流与配送、商务沟通与客户服务、国际贸易、演讲与口才、商品学、企业管理等十几门课程, 还需要加强什么?

(二) 实训教学方面, 我校目前主要有: 专业知识实践(技能训练、课程实训、专业实训、认知实践)和综合应用实践(综合项目、顶岗实习、毕业实习、社会实践、电子商务认证、电子商务竞赛等实践和培训), 还需要加强什么?

(三) 您认为在毕业生就业方面, 中等职业学校迫切需要解决的问题有哪些?

安徽省中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点 企业调查表

尊敬的领导：

您好！

非常感谢您在百忙之中抽出宝贵的时间参与本次问卷调查。按照《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》的要求，我校正在开展 2015 年中等和高等职业教育衔接课程体系建设改革试点工作，以期进一步推进中等职业教育课程改革，切实提高中等职业学校教学水平和办学质量。

您的意见和建议将为我们了解企业对现行专业教学的要求与建议，明确专业定位和内涵，提供有力的数据支持和实践指导。我们衷心希望您能如实填写调查问卷。同时，我们承诺，您所填写的任何数据都将被严格保密，即使在研究中引用相关数据，也不会涉及具体企业的名称。再次感谢您的合作与支持！

安徽科技贸易学校

2015 年 8 月 9 日

企业名称_____（公章） 填表人姓名_____ 职务_____
联系电话_____

一、基本情况

1、贵企业人数规模_____

- (1) 100 人以下 (2) 101-500 人 (3) 501-1000 人
(4) 1000-3000 人 (5) 3000 人以上

2、贵企业共有电子商务人员_____

- (1) 1-5 人 (2) 6-20 人 (3) 21-50 人
(4) 51-100 人 (5) 100 人以上

3、贵企业在人才招聘时对如下因素重视程度排序情况（填序号，从重要到不重要依次排序） _____

- (1) 独立工作能力 (2) 道德操守 (3) 专业知识 (4) 专业技能
(5) 独立解决问题能力 (6) 沟通协调能力 (7) 创新能力
(8) 其他_____（填写格式：(4) > (1) > (3) > (2) > (5)）

4、贵企业所设电子商务职位有_____（可多选）

- (1) 产品经理 (2) UI 设计师 (3) 多媒体设计师 (4) 交互设计师
 (5) 前端工程师 (6) SEO 工程师 (7) 网站编辑 (8) 市场活动策划
 (9) 网络推广 (10) 数据分析师 (11) 仓库管理员 (12) 采购经理
 (13) 客户服务 (14) 财务审核 (15) 其他_____

二、电子商务岗位人才需求调查表

请您根据目前电子商务岗位人才的供求情况，对如下岗位人才需求程度作出评估，并在相应处打“√”。

岗位名称	急 需	需 要	不需要
网络推广			
网站编辑			
采购经理			
客户服务			
产品经理			
UI 设计师			
仓库管理员			
市场活动策划			
数据分析师			
多媒体设计师			
交互设计师			
前端工程师			
SEO 工程师			
财务审核			
其 他			

三、电子商务专业课程重要性调查表

请您根据目前电子商务岗位人才的知识、能力、素质需求情况，对如下课程的重要性作出评估，并在相应处打“√”。

课程名称	非常重要	较重要	一 般
平面设计			
市场营销			
美术基础			
网上开店			
网络营销			
网络客服			
电子商务基础			
电子商务实务			
电子商务物流			

网络广告制作			
商品拍摄与处理			
网页美工与制作			
网络编辑实务			
电子商务网站维护			
商务沟通与礼仪			
网店美工综合实训			
网店运营综合实训			
模拟公司综合实训			
网络营销综合实训			
电子商务沙盘实训			

四、电子商务岗位相关职业证书需求调查表

请您对电子商务专业相关职业证书重要性做出评估，并在相应处打“√”。

证书名称	重要	一般	不重要
全国电子商务职业证书			
中国电子商务职业经理人			
国际电子商务师			
阿里巴巴电子商务国际贸易应用专员证书			
阿里巴巴电子商务国内贸易应用专员证书			
阿里巴巴电子商务网上零售应用专员证书			
其 他（请填写）_____			

五、你对中等职业学校电子商务专业教学还有哪些意见和建议？

（一）理论教学方面，我校目前主要有：电子商务概论、市场营销学、网络营销、网页制作、电子商务网站建设、电子商务案例分析、电子商务实务、证券投资、物流与配送、商务沟通与客户服务、国际贸易、演讲与口才、商品学、企业管理等十几门课程，还需要加强什么？

（二）实训教学方面，我校目前主要有：专业知识实践（技能训练、课程实训、专业实训、认知实践）和综合应用实践（综合项目、顶岗实习、毕业实习、社会实践、电子商务认证、电子商务竞赛等实践和培训），还需要加强什么？

（三）您认为在毕业生就业方面，中等职业学校迫切需要解决的问题有哪些？