

电子商务专业

中等职业教育教学指导方案

威海北洋职业技术学校

第一部分人才培养方案

一、专业名称

电子商务

二、专业代码

(一) 中职专业代码

730701

(二) 对应中等职业学校专业名称及专业代码

1. 专业名称: 电子商务

2. 专业代码: 730701

三、招生对象与学制

1. 招生对象

初中毕业生及同等学历

2. 学制

三年

四、培养目标

本专业主要面向电子商务、网络营销等行业企业，培养具有良好的职业道德和职业素养，掌握必要的文化基础知识、市场营销、图像处理等专业知识和专业技能，掌握网络技术与应用、熟悉现代电子商务运营方式和业务模式，具备网络营销、信息管理、沟通协调能力，具备较强的网络客服，网店美工设计、网络编辑、网站推广、网络营销策划等技能，具有良好职业道德和职业生涯发展基础，在电子商务相关行业生产、服务第一线从事网店建设和运营，发展品牌策划、营销推广、客户管理、网络装修、网络广告等服务等工作，能自主创业或从事电子商务相关岗位工作的德、智、体、美等方面全面发展的高素质技术技能人才。

五、人才培养规格或职业能力描述

学生毕业时应具备的知识、能力、素质要求。

(一) 知识要求

- (1) 具有本专业必需的商务知识;
- (2) 具有计算机系统应用、办公软件应用、计算机网络基础知识;
- (3) 掌握管理学、经济学、会计学、国际贸易与现代物流学方面的知识;
- (4) 掌握电子商务实务、网络营销、电子银行、电子支付、客户服务等知识;
- (5) 掌握网站建设与管理的基本知识;

(6) 具有商务信息收集、分析、处理的基础知识和专业知识。

(二) 基本素质要求

- (1) 具有良好的政治思想素质、道德品质和心理素质；
- (2) 具有较强的社会适应能力，树立正确的就业观；
- (3) 具有吃苦耐劳的精神和良好的敬业精神；
- (4) 具有较强责任意识、团队意识与协作精神；
- (5) 具有良好的业务素质和分析问题、解决问题的能力；
- (6) 具有良好的服务意识和谦虚好学态度；
- (7) 具有对新知识、新技能的学习能力和创新能力；
- (8) 具有从事本专业工作的职业道德意识，能遵守相关的法律。

(三) 基本能力要求

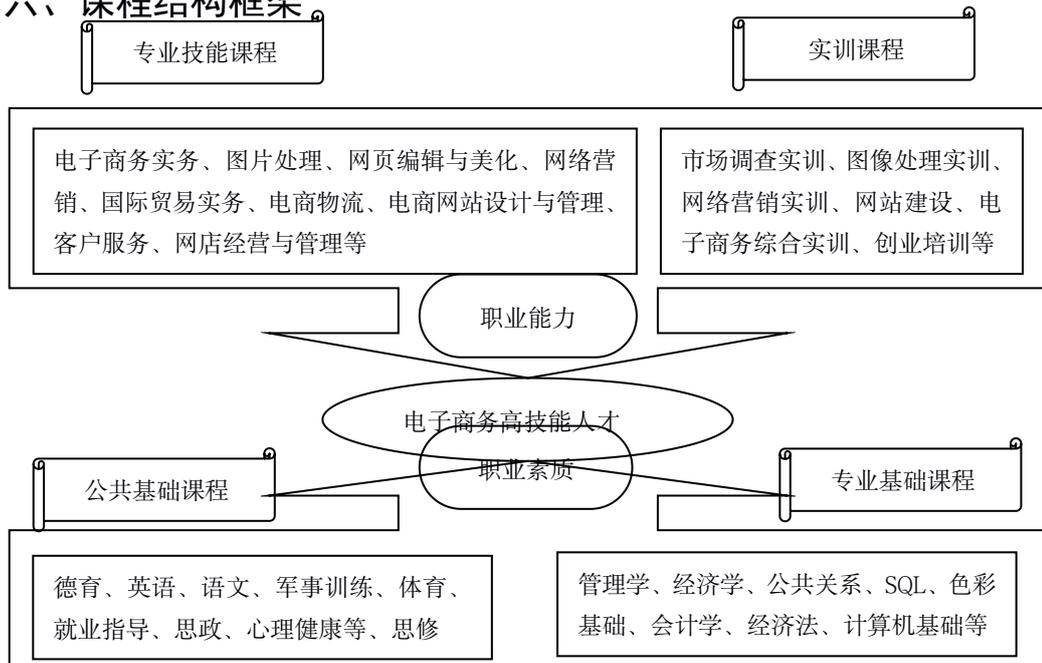
- (1) 能读懂、听懂外贸英语，并会填制外贸单证；
- (2) 能熟练进行网络系统操作，有较快的文字录入速度；
- (3) 能独立的进行电子商务交易平台后台的操作，以及相关延伸操作；
- (4) 具有良好的客户开发、服务、管理能力；
- (5) 具有网络采购、营销、策划与物流管理能力；
- (6) 熟练收集、编辑、保存商务信息资料的能力以及图形图像的处理能力；
- (7) 具有网站的编辑、维护和初步开发能力；
- (8) 会网上创业开店。

岗位工作任务与职业能力分析表

序号	职业岗位	核心工作岗位及相关工作岗位	工作任务	能力分析
1	电销员	1.网站建设现状调研； 2.营销型网站建设规划和创建； 3.第三方电子商务平台的选择和利用。	企业网络营销平台建设	1.能进行网站建设现状调研法； 2.能对营销型网站进行规划和创建； 3.能利用第三方电子商务平台进行业务运作。
		1.企业网络推广前期调研； 2.企业网络推广方案的制定； 3.企业网络推广方案的实施。	企业网络推广	1.能进行企业网络推广的调研； 2.能制定企业网络推广方案； 3.能实施企业网络推广方案。
2	订单管理员	1.电子合同内容拟定与电子合同格式制作； 2.电子合同签订与电子合同管理。	电子合同签订	1.能拟写电子合同； 2.能进行合同签订和管理。
		1.国内银行的网上银行业务调查； 2.网上银行申请与使用； 3.第三方支付工具使用。	网上支付	1.能申请和使用网上银行； 2.会使用第三方支付工具。

序号	职业岗位	核心工作岗位及相关工作岗位	工作任务	能力分析
		1.电子合同的交易数据; 2.网上支付数据; 3.客户数据。	交易数据管理及维护	1. 能进行企业交易数据的管理和维护; 2. 能通过企业后台数据库管理各种交易数据。
3	网页编辑	1.用户需求分析; 2.收集资料与素材。	网页编辑准备	1.能根据用户实际情况进行调研; 2.能写出清晰的需求分析—《网站功能描述书》。
		1.规划站点; 2.布局网页。	网页设计	1.能合理配置软、硬件; 2.能设计合理的栏目及功能模块;
		1.文本编辑; 2.图像、动画美化网页。	网页美化	1.会文本编辑; 2.能利用图像、动画美化网页。
		1.各种链接; 2.站点发布与测试; 3.更新和维护站点。	网页发布	1.能正确创建各种超链接; 2.能进行站点发布、测试和更新、维护站点。
4	网络客服员	1.异议类型分析; 2.顾客异议受理。	顾客异议受理	1.会分析顾客异议类型; 2.能利用电话、Email、QQ 交流工具开展客服;
		1.顾客异议原因分析; 2.顾客异议处理方案制定; 3.顾客异议处理。	顾客异议处理	1.会分析顾客异议成因; 2.能制定合理的顾客异议处理方案制定; 3.能妥善处理顾客异议。
		1.顾客类型分析; 2.顾客信息管理。	顾客信息管理	1.能准确整理顾客资料建立顾客档案; 2.能妥善进行顾客回访, 与顾客建立和谐关系。

六、课程结构框架



七、课程设置与教学要求

1.公共基础课

按照《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》(国发〔2014〕19号)、《山东省人民政府关于加快建设适应经济社会发展的现代职业教育体系的意见》(鲁政发〔2012〕49号)、《山东省人民政府办公厅关于贯彻落实鲁政发〔2012〕49号文件推进现代职业教育体系建设的实施意见》(鲁政办字〔2013〕126号)精神,结合《山东省教育厅山东省财政厅关于全面深化中等职业教育和五年制高等职业教育公共基础课程改革的意见》(鲁教职发〔2014〕1号)的要求。电子商务五年一贯制公共基础课程共79学分,主要包括以下课程:

(1) 语文

学分:8;课时数:198

课程目标:培养学生热爱祖国语言文字的思想感情,使学生进一步提高正确理解与运用祖国语言文字的能力,提高科学文化素养,以适应就业和创业的需要。

课程内容:阅读与欣赏、表达与交流、语文综合实践。

(2) 数学

学分:8;课时数:180

课程目标:培养学生的计算技能、计算工具使用技能和数据处理技能,培养学生的观察能力、空间想象能力、分析与解决问题能力和数学思维能力。引导学生逐步养成良好的学习习惯、实践意识、创新意识和实事求是的科学态度,提高学生就业能力与创业能力。

课程内容:三角公式及应用”、“圆锥曲线”、“排列与组合等。

(3) 英语

学分:16;课时数:108

课程目标:通过英语学习和实践,学生应具备:语言和文化基础知识、基本技能;基本的语言运用能力;较为有效的学习策略;学习兴趣和自信心;基本的人文素养

课程内容:英语词汇、听说练习、英语语法、阅读。

(4) 艺术

学分:4;课时数:36

本课程是中等职业学校会计专业必修的一门公共基础课程。通过艺术作品欣赏和艺术实践活动,使学生了解和掌握不同艺术门类的基本知识、技能和原理,引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观,增强文化自觉与文化自信,丰富学生人文素养与精神世界,培养学生艺术赏析能力,提高学生文化品位和审美素

质。

课程内容：艺术作品鉴赏、艺术实践活动、艺术赏析

(5) 体育与健康

学分：10；课时数：180

课程目标：增强体能，培养运动的兴趣和爱好，形成坚持锻炼的习惯和健康的生活方式，积极进取、乐观生活。

课程内容：运动知识、身体健康、体能锻炼。

(6) 信息技术

学分：8；课时数：108

课程目标：了解计算机软硬件基础知识；熟悉 WINDOWS 操作系统的使用；掌握 OFFICE 软件、Internet、多媒体和网络应用。

课程内容：WINDOWS 操作系统、OFFICE 软件、Internet、多媒体和网络应用。

(7) 思想政治

学分：3；课时数：180

课程目标：牢固树立社会主义核心价值观，培养良好的思想道德素质和法律素质，成长为全面发展的社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。

课程内容：人生观、世界观、社会主义道德观；弘扬中国传统文化，树立良好的职业道德和家庭美德；学习社会主义法律知识、自觉遵守法律。

(8) 历史

学分：2；课时数：90

通过课程学习，扩大掌握历史知识的范围，深入地了解历史发展的基本线索；对历史唯物主义的基本理论和方法有所了解，初步认识人类社会发展的基本规律，学会运用科学的理论和方法认识历史和现实问题，逐步形成科学的世界观和历史观；树立不断完善自我、为祖国社会主义现代化建设做贡献和关注民族与人类命运的人生理想。

课程内容：历史发展、历史唯物主义、历史观、现代化建设

2.主要专业技能课程

专业基础课程：

(1) 市场营销学

学分：8；课时数：144

课程目标：本课的课程目标就在于对知识的运用，在于培养学生的营销理念和营销管理水平。

课程内容：市场营销学的知识体系与研究方法、市场营销观念，系统掌握市场营销学的基本原理和方法，以市场为导向，进行产品开发、生产、定价、分销、

促销等市场营销活动，提高企业经营管理水平，提高企业经济效益。

课程教学方法：市场营销课程的主要内容将简略对市场概念、特征、分类及市场营销组合方法描述性的介绍，增加对市场营销策略的实际运用、在运用过程中应注意问题的讲解，并通过实践模拟训练让学生积累市场营销的经验，最后通过训练点评，指正学生在实践中的不足，加以修正。

（2）国际贸易

学分：4；课时数：108

课程目标：熟悉和掌握国际贸易的基本流程，基本操作方法，具备一定的报价核算能力、外贸函电处理能力、拟订合同的能力、信用证业务处理能力、跟单能力、单据处理能力，能进行各项业务的熟练操作，完成各阶段的工作任务。同时，通过活动的完成培养学生的职业素质。

课程内容：学习内容设计为四大情境：交易前准备、交易磋商、合同订立、合同履行。教学内容以任务、项目实现的形式进行组织。

课程教学方法：课程教学按“项目导向，任务驱动”的教学模式。采用教授法、讨论法、分组教学法、案例式教学法、任务式教学法、项目式教学法、模拟角色教学法等形式多样的教学方法。大力开发课程资源，提供丰富的学习资源，将课堂授课与网络教学相结合，促进自主学习。

（3）电子商务概论

学分：4；课时数：108

课程目标：理解和把握电子商务的基本概念和原理，为学生进一步学习电子商务专业打下理论基础，掌握现代商务管理、计算机和网络知识和基本技能，学生从事网站建设及管理、网络维护、网络营销等打下基础，开拓思维，让学生对电子商务有全面认识的了解。

课程内容：学习内容设计为七大模块：电子商务机理与模式、电子商业与贸易、网络营销与管理、网络银行与支付、客户关系管理、物流与供应链管理、电子商务安全技术。教学内容以任务、项目实现的形式进行组织。

课程教学方法：采用启发式教学、案例教学、项目教学、实践技能操练等多种教学方法。结合电子商务相关实训内容进行分析教学。

（4）商品知识

学分：4；课时数：72

课程目标：主要是通过商品知识的学习使学生具备从事物流工作所必须具备的商品基本知识，比较全面的了解消费需求，组织适销对路的商品；科学进行包装和储运，使商品质量得到保护；科学进行商品分类，利于物流管理现代化。

课程内容：商品分类与编码、商品质量、商品标准、商品检验、商品包装、

日用工业品商品、文化与体育用品、食品商品、服装商品、鞋帽商品、家用电器

课程教学方法：任务驱动，教学做一体。设置一系列的学习情境，以工作任务为驱动，学生主体，教师指导，实行“教学做一体化”教学模式，使理论教学与实践教学有机融合，学中做，做中学，提高学生的核心职业能力。

(5) 仓储物流

学分：4；课时数：145

课程目标：了解仓库的布局 and 结构、仓库设备的配备，掌握仓储经营管理、仓储商务管理、仓库保管作业的流程、库存控制的基本方法，熟悉仓库安全和质量管理、特殊货物仓储管理、配送及配送中心的概念、配送线路设计和车辆调度方法，掌握仓储的基本知识、基本理论和基本技术方法。

课程内容：仓储物流概述、仓库设备、仓储经营管理、仓储商务管理、仓库保管作业过程、流通加工业务、仓库安全与质量管理、仓储费与仓储成本管理、特殊仓库管理

课程教学方法：实施案例式教学：由教师布置任务、学生自主探索发现及教师演示指导相结合；教学采取职业行为导向的项目与实训教学相结合的方法。

(6) 推销实务

学分：4；课时数：216

课程目标：通过本门课程的学习，使学生知道推销的一些基本概念、基本理论和方法,能够运用推销中常用的方法、策略与技巧，结合具体情况进行推销的实践活动,使学生达到理论联系实际、活学活用的基本目标，并使学生养成善于观察、独立思考的习惯;通过教学过程中的案例分析及工作任务的实施及操练，提高其实际应用技能;通过参与企业的实际推销实践，强化学生的职业道德意识和职业素质养成意识。

课程内容：推销概述、推销基本方法、推销应具备的职业心理和职业能力、推销基本礼仪、推销模式

课程教学方法：学习方法采用探究型学习、自主性学习、小组合作学习等，理论与实践相结合的方法。

专业技能课程：

(1) 网络技术与应用

学分：4；课时数：72

课程目标：为 Internet 开发与管理和局域网的组建、规划和管理打下良好基础，培养高素质的现代化信息管理人材。

课程内容：教学内容包括：通过该课程的教学，学生主要学习网络互联的基本知识、介质的访问技术、封包的交换技术，路由选择协议和路由选择协议中通

常采用的路由选择算法，网桥技术和网络管理技术的具体应用。通过完成本课程的学习，使学生具备网络互联的设计与施工、维护能力。

课程教学方法：课程教学以教师指导下的学生自主探究学习为主，灵活运用讲解、讨论、上机、课程评价和网络信息查询等多种教学形式。

(2) 电子商务应用

学分：6；课时数：108

课程目标：企业电子商务应用，掌握电子商务安全体系、协议及应用；电子商务的安全、支付、物流知识；电子商务的法律制度。

课程内容：教学内容包括：通过该课程的教学，学生主要学习电子商务企业与传统企业比较的优势、电子商务实施的方式、有利条件和不利条件，能够掌握电子商务交易流程中的具体操作。

课程教学方法：课程教学以教师指导下的学生创业学习为主，灵活运用产品、通过创业教育、上机、网络营销和网络信息查询等多种教学形式。

(1) 网络营销

学分：4；课时数：144

课程目标：网络营销信息与市场调研，中介商，网络购买行为目标市场定位；网络营销策略；网上经营产品制定相应的产品、价格、渠道策略；网店的管理和模版的制作。

课程内容：教学内容包括：通过该课程的教学，学生主要学习互联网上电子商务运作现状；学会在互联网上进行网络商务信息收集和整理的基本方法；了解网络营销常用的工具；明确各种网络营销手段的优缺点及主要功能；理解各种营销手段之间的关系，初步具有动作网络营销的基本技能；能进行网络营销策划，并初步具有运作网络营销的基本技能。

课程教学方法：课程教学以教师指导下的学生创业学习为主，灵活运用产品、通过创业教育、上机、网络营销和网络信息查询等多种教学形式。

(2) 电子商务网站建设

学分：6；课时数：200

课程目标：网站的规划与设计；网页设计基础；行为与时间轴；层叠样式、模板与库；电子商务网站的特点、分类、构成要素；网站的建站流程；IIS服务器的架设。

课程内容：通过该课程的学习，熟练掌握制作网页的基本技巧，具备根据企业形象定位、产品、目标市场定位，结合具体需要，参与建设电子商务网站的能力。

课程教学方法：课程教学以教师指导下的学生上机学习为主，根据具体的企

业信息、进行网站设计与建设。

(3) 商务谈判

学分：4；课时数：76

课程目标：本课程教学目的在于使学生对谈判原则与模式、谈判伦理、谈判心理、谈判思维有明确认识；对商务谈判准备、开局策略、对付压力技巧、价格谈判技巧、签约理论与技能掌握；掌握商务谈判礼仪、礼节、风格理论，能够应用技巧。

课程内容：谈判的基本理论和知识（包括谈判的起源、涵义、特点、分类、商务谈判的基本原则和程序以及谈判人员的素质等）；介绍商务谈判的原则、谋略、策略和技巧，谈判的礼仪和应注意的问题以及世界各主要国家商人谈判的风格，并进行模拟谈判等。

课程教学方法：项目教学法，以实际任务为目标，整个教学围绕任务的解决展开，突出知识的应用性，引导学生自主思考。案例教学法，将实际案例引入教材、教学体系中，每个重要知识点均与实际应用结合起来，融创新思维培养、团队学习方式、实践案例教学于课程教学中。

(4) 销售心理学

学分：4；课时数：114

课程目标：结合市场调查课程所学的技能，能够进行消费者的某项消费心理调查；结合商店的季节销售实际，能够进行消费者购买心理活动分析；能在销售实际场地，能够准确判断出消费者的心理活动；培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力。

课程内容：该课程从消费者的心理现象及其活动规律的研究入手，分析了消费者心理活动的基础、消费者个性心理特征、消费者的群体心理特征、消费者的购买心理和行为特点；阐述了营销策略对消费者心理产生的影响。

课程教学方法：打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体项目的过程中学会完成相应工作任务，并构建相关理论知识，发展职业能力。

(5) 营销与策划

学分：4；课时数：104

课程目标：牢固掌握营销策划的基本概念与性质，深刻理解营销策划的理论背景与策略依据，掌握营销策划的基本原理与基本方法；理论联系实际，培养运用营销策略开展营销策划的实际操作能力；密切关注营销策划理论与实战的发展变化，为学生今后从事电子商务及市场营销管理工作打下良好的基础。

课程内容：教学内容包括：通过该课程的教学，学生主要学习市场营销策划

的原则、程序与思维、了解市场营销策划的核心,STP 营销策略、掌握顾客管理、顾客满意与产品策划、学会促销沟通策划。

课程教学方法：采取项目教学法、模拟教学、实战演练、案例分析、小组合作学习等灵活多样的教学方法，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力。

(6) 信息管理系统

学分：4；课时数：76

课程目标：通过本课程的学习使学生学习管理信息系统的基本概念和原理，掌握管理信息系统分析、设计、实施和评价的方法，通过本课程的学习使学生理解管理信息系统的一些基本概念，了解管理信息系统所涉及的技术基础，掌握管理信息系统的规划分析设计实施和评价的方法。

课程内容：教学内容包括：通过该课程的教学，要求学生掌握数据库操作与设计方法；要求学生掌握静态网页技术；要求学生掌握通用管理信息系统的开发方法。

课程教学方法：教学要采取项目教学法，以工作任务为出发点激发学生的学习兴趣，教学过程中要注重创设教育情境，采取理论实践一体化教学模式，要充分利用挂图、投影、多媒体等教学手段更好的学习信息管理系统。

(7) 电子商务物流

学分：6；课时数：293

课程目标：通过任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握物流运输管理的基本知识与物流运输作业与管理的基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力，并通过理论、实训、实习相结合的教学方式，边讲边学，结合不同运输方式拓展情景教学的作用空间，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有物流运输管理理论和实践能力的人才。

课程内容：掌握电子商务与现代物流知识;掌握主要电子商务物流技术;掌握电子商务下的供应链管理知识;掌握企业采购与供应物流管理知识;掌握电子商务下生产物流计划与控制知识;掌握现代销售与逆向物流管理知识;掌握仓储管理与库存控制、保管原则等知识;了解搬运装卸与运输、包装合理化知识;掌握电子商务配送与配送中心知识;了解现代物流运作模式知识;了解物流服务管理流程，理解物流服务管理原则。

课程教学方法：课程教学以教师指导下的学生上机学习为主，根据具体的企业信息、进行客户信息的搜集整理和应用。

(8) 顶岗实习或毕业设计

学分：36；课时数：540

实习目标：顶岗实习是学生完成学业的一个重要环节，是上岗前的“实战演习”。通过顶岗实习可以全面检阅学生理论联系实际的综合实践能力和学院教学成果，也为学生就业奠定基础，使学生走向社会、接触本专业工作，拓宽知识面，增强感性认识，培养学生综合运用所学知识独立分析问题、解决实习问题的能力。

实习内容：学生可以在下列有关部门或行业进行实习：电子商务公司或从事电子商务的网络公司、各类商贸公司进出口部门、物流、金融、电信等企业的资金结算客户服务中心、传统型企业的物流工作、电子商务公司（或网络公司）开办的网上商城或网上商店、各类企业的网络营销相关工作。

实习及毕业设计时间：第五学年。

八、教学时间安排及授课计划安排

1. 教学时间安排

学年	周数	内容	教学（含理实一体教学及专门化集中实训）	复习考试	机动	假期	全年周数
二	36	2	2	12	52		
三	18	2	2	12	52		
四	36	2	2	12	52		
五	40	2	2	10	52		

2. 授课计划安排

课程类别	序号	课程名称	总学时	学分	按学年、学期教学进程安排 (教学周数/周学时)												
					第一学年		第二学		第三学		第四学		第五学				
					1 18 周	2 18 周	3 18 周	4 18 周	5 18 周	6 18 周	7 18 周	8 18 周	9 18 周	10 18 周			
公共基础课	1	语文	198	8	4	4											工学结合 顶岗实习
	2	数学	180	8	4	4											
	3	英语	108	16	4	4	4	4									
	4	艺术	36	4	2	2											
	5	历史	90	2	1	1											
	6	体育与健康	180	10	2	2	2	2	2								
	7	信息技术	108	8	4	4											
	8	思想政治	180	3								3					

课程类别	序号	课程名称	总学时	学分	按学年、学期教学进程安排 (教学周数/周学时)										
					第一学年		第二学		第三学		第四学		第五学		
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
					18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	
公共选修课	小计 (占总课时比例…)		37.4%	59	24	24	9	9	5	0	4	5	1	顶岗实习	
	1	从人文社科、自然科学、艺术素养、体育健康、经济管理、教师教育、外语、计算机提高等八大类中任选8学分	144	8					2	工学结合					
	2								2						
	3										2				
	4											2			
小计 (占总课时比例…)		3.8%	8					2		2	2	2			
专业技能课	专业基础课	1	市场营销学	144	8	4	4				工学结合				
		2	国际贸易	108	4			4							
		3	电子商务概论	108	4			2	4						
		4	商品知识	72	4			4							
		5	仓储物流	145	4				4						
		6	推销实务	216	6			4							
		小计 (占总课时比例…)		21.8%	30	4	4	18	16	4			0		0
	专业(技能)方向课	1	网络营销	144	4					6	工学结合				
		2	电子商务网站建设	200	6							4			
		3	商务谈判	76	4				4						
		4	销售心理学	114	4							4			
		5	营销与策划	104	4								4		
		6	信息管理系统	76	4							4			
		7	电子商务物流	293	6									4	
	小计 (占总课时比例…)		33.1%	32	0	0	0	4	14		16	16	20		
专业选修课	1	经济应用文写、现代物流概论、电子商务物流、口才与交流、商务礼仪、推销技	36	2					2	工学结合					
	2		36	2							2				
	3		36	2								2			

课程类别	序号	课程名称	总学时	学分	按学年、学期教学进程安排 (教学周数/周学时)										
					第一学年		第二学		第三学		第四学		第五学		
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	4	术、广告与媒体策划等七门课程中任选8学分	36	2										2	
		小计 (占总课时比例…)	3.8%	8	0	0	0	0	2		2	2	2		
		毕业顶岗实习或毕业设计(制作)	540	36						18					18
周学时及学分合计				24 9	28	28	27	29	27	18	24	25	25	18	
总学时			4482												

第二部分 课程（项目）教学标准

办公自动化课程标准

（一）课程性质与任务

《办公自动化》是电子商务专业一门专业基础课程，主要培养学生了解计算机在办公自动化领域中的相关知识，掌握办公软件、网络办公和办公设备的使用，培养学生在办公自动化领域的办公事务处理、数据处理、信息管理的综合能力，同时培养学生的方法能力、社会能力及职业素质。

（二）课程教学目标

1.知识目标

- （1）具有使用微型计算机的基础知识（包括计算机病毒的防治常识）；
- （2）熟悉微型计算机系统的组成和各组成部分的功能；
- （3）熟悉操作系统的基本功能和作用，掌握 Windows 的基本操作和应用；
- （4）熟练掌握文字处理软件的基本操作和综合应用，能利用 Word2010 对文字、表格、图形艺术字等多种对象进行综合编排，以及对复杂结构的长文档进行排版；
- （5）熟悉电子表格软件基本知识，熟练掌握电子表格的基本操作和综合应用，能利用 Excel2010 进行复杂的数据分析和处理；
- （6）熟悉演示文稿软件的基本知识，熟练掌握电子演示文稿的基本操作和综

合应用，能利用 PowerPoint2010 制作精美的演示文稿；

(7) 了解计算机网络的基本概念和因特网的初步知识及运用；

(8) 熟悉现代办公设备的使用与维护(传真机、扫描仪、打印机、复印机等)。

2.能力目标

(1) 能够根据实际需求完成信息资料的收集

(2) 能够掌握网络知识的运用

(3) 培养学生勤于思考、主动学习、勇于探索新知识；

(4) 提高学生的自学能力、创新能力和学习新技术、新知识的能力。

3.素质目标

(1) 培养学生自我表现、与人沟通能力；

(2) 培养学生团队协作精神；

(3) 培养学生分析问题与解决问题的能力；

(4) 培养学生诚信、坚强的性格；

(5) 培养学生自主学习与创新意识的提高。

(三) 参考学时

72 学时

(四) 课程学分

4 学分

(五) 课程内容和要求

序号	项目名称	任务名称	教学要求	参考学时
项目一	编辑行政助理文件	1. 制作企业内部公告 2. 制作员工档案表	熟练掌握标题正文格式的设置、版面的调整、添加边框、插入表格、设置底纹等知识	6
项目二	编辑商务营销文件	1. 制作商务买卖合同 2. 制作产品宣传单 3. 印制商务邮件	熟练掌握页眉和页脚的设置方法、插入页码、插入水印、添加插图、合并邮件等知识	10
项目三	编辑技术支持文件	1. 制作个人简历 2. 制作工作流程图 3. 制作公司组织结构图	熟练掌握图文混排、添加图示、插入组织结构图等知识	10
项目四	人力资源管理	1. 制作员工通讯录 2. 制作员工资料登记表	熟练掌握单元格的格式设置、合并单元格、隐藏网格线、添加窗体等知识	6
项目五	财务、销售管理	1. 制作差旅费报销单 2. 编制工资表 3. 制作公司年度销售报表	熟练掌握表格格式的设置、制作图表、筛选数据、分类汇总、创建数据透视表等知识	10
项目六	教育培训	1. 制作新入职人员培训演示文稿	熟练掌握设置幻灯片背景、插入艺术字、添加背景音乐、设置动画、打包演示文稿等知识	2
项目七	产品演示	1. 制作数码产品展示	熟练掌握创建自定义模板、压缩图	6

	示	2. 制作商业计划书	片、设置幻灯片切换方案、图片处理、添加自定义路径动画等知识	
项目八	会议报告	1. 制作销售统计报告 2. 企业运营计划书	熟练掌握在 PowerPoint 中制作图表和表格的知识；掌握在 Word 中创建演示文稿链接等知识	6
项目九	网络办公	1. 访问局域网资源 2. Internet 使用 3. 使用电子邮件	掌握访问局域网资源、浏览器网页、下载网络资源、使用 Web 电子邮箱等知识	8
项目十	常用办公设备的使用	1. 使用打印机 2. 使用传真机 3. 使用复印机 4. 使用扫描仪	熟练掌握打印机、传真机、复印机以及扫描仪的使用方法	8
合计				72

(六) 教学建议

1. 教学方法

采用的教学方法包括：案例教学法、项目教学法和任务驱动教学法等。

2. 评价方法

采用过程与技能鉴定相结合考核方案：

(1) 每个学习工作任务单项完成作为平时成绩（每个任务以 4 分制计，分 1-4 个等级；如有抄袭不得分；共 25 个任务，总计 100 分）；

(2) 本课程期末考试以技能考试成绩计分，满分 100 分；

(3) 本课程总成绩 = 平时成绩（30%）+ 技能考试成绩（70%）；

(4) 学生在学习过程中的各种违规行为按教师规定进行总分扣分制（如迟到早退扣 0.5 分/次，旷课扣 1 分/次，打游戏扣 1 分/次等）。

3. 教学条件

本课程要求在理实一体化教室完成，以实现“教、学、做”合一；还要求配备常见的办公设备（如打印机与复印机）以方便学生认知、操作与常见故障的维护。同时软件安装要求有 Windows 操作系统、office 2010，以及用于上网查阅资料的网络等。

4. 教材编选

本课程选用的教材是由我院信息工程系教师合编的校本教材《基于工作岗位的办公自动化技能教程》，本课程将主要内容划分到每一章的工作岗位中，具有鲜明的职业教育特色。

公共关系课程标准

(一) 课程性质与任务

《公共关系》属于电子商务、物流管理专业的专业基础课，主要培养学生的公共关系基础理论知识和基本实务技能。通过课程基本理论的学习和基本实务操

作的初步训练，使学生掌握扎实的公共关系基础理论知识，学会初步的公共关系基本实务技能和方法，增强学生的公关意识，培养学生的基本公关素质，为学生今后的专业学习和工作打下基础。

（二）课程教学目标

1. 知识目标

- （1）熟悉公共关系职能；
- （2）熟悉公共关系工作机构组成要素；
- （3）熟悉公众的分类方法；
- （4）理解公关调研的原则、调研的基本程序；
- （5）掌握各种调查方法、撰写调查报告与评估报告的方法；
- （6）掌握公关策划的内容与程序，会运用策划的公式；
- （7）掌握策划的方法，提高策划的综合能力；
- （8）理解公关传播的原则和媒介，掌握公关传播实施技巧；
- （9）掌握危机管理与预防；
- （10）掌握 CIS 的设计及整体的 CIS 导入；
- （11）了解公关常的各种专题活动的特点与适用范围；
- （12）掌握礼仪的各种规范。

2. 能力目标

- （1）会熟练组建一个公共关系部门；
- （2）会挑选相应部门成员并进行合理分工，会基本制作岗位说明书；
- （3）能对不同公众进行合理分类；
- （4）能根据主题进行调查问卷设计；
- （5）能撰写公共关系调研报告；
- （6）能熟练地撰写策划报告书；
- （7）会初步制作简单的公共关系广告；
- （8）会熟练写出符合新闻报道的宣传稿；
- （9）会进行一般的危机管理并制定预案；
- （10）会基本的利用 CIS 导入程序对组织进行 CIS 导入；
- （11）会初步举办庆典活动、赞助活动、召开记者招待会等专题公关活动。

3. 素质目标

- （1）公关意识及团队意识得到提高；
- （2）文字撰写能力得到提高；
- （3）与人合作、交流的能力得到培养；
- （4）管理能力有初步锻炼；

- (5) 自我学习与创新能力得到提高；
 (6) 培养语言表达能力；
 (7) 处理信息能力得到提高；
 (8) 时间管理能力得到培养。

(三) 参考学时

72 学时

(四) 课程学分

4 学分。

(五) 课程内容和要求

序号	学习情境	学习任务	培养目标及内容	学时
1	公共关系认知	任务 1.认识公共关系 任务 2.公共关系与相似概念的辨析 任务 3.公共关系产生发展情况	1.认识公共关系概念、特征、基本原则、基本功能等 2.了解公共关系的历史	8
2	公共关系组织	任务 1.公共关系组织机构的设置 任务 2.公共关系工作人员素质的培养	1.公共关系机构类型设置的技巧 2.公共关系机构的运作、管理技能 3.培养公共关系工作人员素质	16
3	公共关系公众	任务 1.公众分析 任务 2.公众关系的协调	1.公众的分类技巧 2.各种公众关系的协调技能	16
4	公共关系传播	任务 1.公共关系传播 任务 2.公共关系制造新闻	1.公共关系传播类型运用技能 2.公共关系传播技巧 3.制造新闻的技巧	12
5	公共关系工作程序	任务 1.公共关系调研 任务 2.公共关系活动策划 任务 3.公共关系实施 任务 4.公共关系评估	1.公共关系调研技能 2.掌握公关策划的基本程序与方法 3.公共关系策划文案的构思和写作 4.公共关系实施技能和评估的能力	16
6	公共关系专题活动	任务 1.公共关系专题活动的特点分析 任务 2.各种专题活动的组织	1.各种专题活动特点的把握 2.庆典活动、开放参观活动、社会公益活动、新闻发布会、展览展销会等专题活动的组织技巧	14
7	公共关系危机管理	任务 1.公共关系危机分析 任务 2.公共关系危机的处理	1.公共关系危机产生的原因分析 2.掌握公共关系危机的预防措施	12
8	公共关系礼仪	任务 1.个人形象设计 任务 2.交际礼仪	1.形象设计的技巧 2.公共关系交往的技能	14
合计				108

(六) 教学建议

1.教学方法

在教学过程中，灵活运用“多媒体教学”、“课堂讨论教学”、“案例教学”、“情景模拟教学”、“室外拓展体验”、“网络课程”等多种教学方法，加上常规的教师讲授和问答式教学，再配合以课堂上学生个别学习、小组学习、大组讨论、情景表演等多种教学组织形式，以形成一个理论教学和实践教学统筹兼顾的教学方法体系。

2.评价方法

(1) 过程评价与结果评价相结合

学生的学习过程成绩和学习结果成绩各占50%。其中，平时成绩包括学习态度、考勤、平时作业、课堂测验、分组实训、项目实训六个方面；期末成绩考核内容包括基本知识和基本理论、知识的综合运用、案例分析等几个方面。

(2) 理论评价与实践评价相结合

知识鉴定成绩和能力鉴定成绩各占50%，主要考核评价学生对公共关系基础知识的理解情况，运用所学知识分析问题和解决问题的能力等基本能力等。

3.教学条件

有完成相应的教学所学的多媒体教室和教学参考资料。

4.教材编选

(1) 推荐教材

董贵胜主编：《公共关系原理与实务》（中国传媒大学出版社）

(2) 教学参考资料

符玉琴.《实用公共关系》，成都：西南财经大学出版社。

杨魁.《现代公共关系学》，北京：中国工人出版社。

熊源伟.《公共关系学》，合肥：安徽人民出版社。

管理学课程标准

(一) 课程性质与任务

《管理学》是电子商务专业的专业基础课，主要培养学生的管理基础理论知识和基本实务技能。通过课程基本理论的学习和基本实务操作的初步训练，使学生掌握扎实的管理基础理论知识，学会初步的管理基本实务技能和方法，增强学生的管理意识，培养学生的基本管理素质，为学生今后的专业学习和工作打下基础。

(二) 课程教学目标

1.能力目标

(1) 会写作计划书；

(2) 会挑选相应部门成员并进行合理分工，会基本制作岗位说明书；

- (3) 能制定激励方案；
- (4) 能根据主题进行调查问卷设计；
- (5) 能发现问题，并提出解决问题的方案；

2.知识目标

- (1) 熟悉管理职能；
- (2) 熟悉管理的构成要素；
- (3) 了解计划分类方法；
- (4) 掌握各种调查方法、撰写调查报告与评估报告的方法；
- (5) 掌握并能运用管理学的方法；
- (6) 掌握决策方法，提高决策的综合能力；
- (7) 理解组织结构设计的原则；

3.素质目标

- (1) 管理意识得到提高；
- (2) 与人合作、交流的能力得到培养；
- (3) 管理能力有初步锻炼；
- (4) 自我学习与创新能力得到提高；
- (5) 准确评估自我的能力得到培养；

(三) 参考学时

108 学时

(四) 课程学分

6 学分。

(五) 课程内容和要求

序号	学习情境	学习任务	培养目标及内容	学时
1	管理学认知	任务 1.认识管理学 任务 2.管理概念的辨析 任务 3.管理学产生发展情况	1.理解管理学的概念、特征、基本原则、基本功能等 2.了解管理思想发展的历史	8
2	计划	任务 1.计划的类型 任务 2.计划的内容	1. 计划制定的方法 2.计划制定的程序 3.培养制定计划的能力	16
3	决策	任务 1.决策的含义 任务 2.决策方法	1.决策的技巧 2.决策的程序	16
4	组织	任务 1.组织设计的原则 任务 2.组织的类型	1.人员配备的技巧 2.用人的原则 3.组织变革的时机	12
5	领导	任务 1.领导的本质 任务 2.领导方式 任务 3.领导的权力来源 任务 4.领导风格	1.会选择恰当的领导方式 2.能明确如何增加影响力	16

6	激励	任务 1.理解激励的本质 2.掌握激励的理论	1.能设计激励方案 2.会调查员工的真实需求	14
7	沟通	任务 1.沟通要素 任务 2.沟通的过程	1.了解沟通障碍 2.掌握沟通方法	12
8	控制	任务 1.控制的含义 任务 2.控制的标准	1.能制定标准 2.会选择控制方法	14
合计				108

(六) 教学建议

1.教学方法

教师在教学过程中,灵活运用“多媒体教学”、“课堂讨论教学”、“案例教学”、“情景模拟教学”、“室外拓展体验”、“网络课程”等多种教学方法,加上常规的教师讲授和问答式教学,再配合以课堂上学生个别学习、小组学习、大组讨论、情景表演等多种教学组织形式,以形成一个理论教学和实践教学统筹兼顾的教学方法体系。

2.评价方法

(1) 过程评价与结果评价相结合

学生的学习过程成绩和学习结果成绩各占50%。其中,平时成绩包括学习态度、考勤、平时作业、课堂测验、分组实训、项目实训六个方面;期末成绩考核内容包括基本知识和基本理论、知识的综合运用、案例分析等几个方面。

(2) 理论评价与实践评价相结合

知识鉴定成绩和能力鉴定成绩各占50%,主要考核评价学生对公共关系基础知识的理解情况,运用所学知识分析问题和解决问题的能力等基本能力等。

3.教学条件

有完成相应的教学所学的多媒体教室和教学参考资料。

4.教材编选

(1) 推荐教材

张桂荣主编:《管理理论与实务》(北京大学出版社)

(2) 教学参考资料

徐国华.《管理学》,北京:清华大学出版社。

王宏宝.《管理学原理与实务》,北京:清华大学出版社。

电子商务应用课程标准

(一) 课程性质与任务

本课程是电子商务专业的主干课程之一,也是本专业其它专业课程的基础课程,同时也作为物流管理、市场营销、等商贸类专业的专业必修课程。

电子商务专业学生学习电子商务的基础理论课程,主要进行基础理论讲授和

基础技能训练。整个教学过程要求使用内外部网络教学设施和模拟实训条件较为先进的实验室进行，部分操作项目要求进行岗位角色分工联合演练。主要使用奥派电子商务教学软件。

(二) 课程教学目标

1. 系统理解电子商务的基本概念、整体框架、商业模式，了解电子商务在信息时代的重要地位、应用范围和发展前景、国内外电子商务的发展现状及趋势，以及电子商务的发展对企业经营和社会发展的影响；

2. 熟悉网上消费者的特点及购买行为，掌握网络营销相关技术、策略，了解网络广告的类型和特点，掌握网上市场调研的方法；

3. 理解电子商务发展中的技术问题、安全问题、物流配送问题、支付问题以及法律法规问题等电子商务中的相关环境；

4. 掌握电子商务案例分析方法以及电子商务商业计划书的写作规范，培养学生的分析能力和创新能力；

5. 了解国内外典型电子商务网站，熟悉它们的经营状况、业务流程、商业模式，能够对同类或不同类网站进行比较分析；

6. 熟练掌握电子商务实验室软件中各模块操作流程，并能将所学技能创造性地应用于淘宝、阿里巴巴等知名电子商务网站；

7. 能利用网络收集与分析对学习和生活有用的信息，熟练使用网上支付工具，进行应聘、订票等操作；

(三) 参考学时

108 学时

(四) 课程学分

6 学分

(五) 课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
1	概述	电子商务入门、分类、产生和发展	让学生自行浏览目前常用的购物网站，了解网站的框架和内容	10
2	技术基础	计算机网络基础知识	正确掌握 Internet 基本技术、网络应用、相关软件	10
3	电子商务模式	B2B、B2C、C2C 电子商务模式	了解网上商城的结构和收益模式，深刻了解 C2C 模式电子商务的内涵和本质以及该种模式的前台业务流程及后台管理。	10

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
4	电子商务安全	计算机网络安全、安全技术	理解保证电子商务安全交易的基本需求；掌握解决电子商务安全问题的对策；了解电子商务安全技术体系；理解对称加密技术和非对称加密原理和加密过程；理解电子商务认证中心的职能，理解数字证书的内容、发放、管理理与认证中心的建设。	10
5	电子支付	电子支付工具、网上银行	掌握信用卡的种类、基本功能、网上信用卡支付参与对象和支付流程；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。	10
6	网络营销	网络营销策略、网络营销实例分析	1.了解网络营销与传统营销的区别、网络营销与电子商务的关系。 2.了解国际著名公司网络营销经验。 3.理解网络营销的种类、特点。 4.理解网络营销的手段（网上市场调研、网络广告、网络公共关系。 5.理解网络营销策略（产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略。	10
7	电子商务物流	电子商务物流模式、电子商务物流配送	1.准确掌握物流涵义；了解传统物流与现代物流的比较。 2.正确理解电子商务与物流的关系；恰当使用电子商务的物流配送方式。 3.了解电子商务对传统物流配送的冲击和影响。 4.了解条码技术、无线射频技术 GIS 和 GPS 技术及其应用	10
8	电子商务模拟实务	B2B、B2C、C2C	1.能够在卓越网按交易流程购物。 2.体会在 B2C 网站购物的心情。 3.能够在淘宝网按交易流程购物。 4.体会在C2C网站购物的心情。	10

（六）教学建议

1.教学方法

采取项目教学法、模拟教学、实战演练、案例分析、小组合作学习等灵活多样的教学方法，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力。教学中注意创设教育情景，采取理论实践一体化教学模式。在上课的过程中，穿插着几种教学方法，达到很好的效果，学生反馈优。

2.评价方法

（1）考核方式

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价以鼓励为主。过程考核主要在教学过程中对学生的出勤情况、学习态度、上机操作、课堂讨论、课后作业等情况进行的评价；目标考核是在整个课程结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。

（2）考核比例及要求

平时成绩占 20%。主要包括对出勤情况、课堂提问、讨论、作业等情况进行评价。

技能测试占 40%。上机实验成绩根据学生完成实验内容及出勤情况，由指导教师给出成绩。

期末考试成绩占 40%。采用闭卷形式，建试题库，从试题库随机抽取试题。生成试卷包括选择题、判断题、简答题、论述题等标准化题型，由教师审阅判分。

3.教学条件

多媒体教室及电子商务软件实训室。

4.教材编选

（1）教材选择突出以下特色：突出能力本位；实践性、应用性；高层次性、职业性、可衔接性等。可从初次接触电子商务的学生视野出发，遵从学生的认知规律，以“看一看什么是电子商务”、“用一用什么是电子商务”和“做一做如何开展电子商务”逻辑进行教材编写。希望同学们通过对教材的学习，引起他们继续学习电子商务知识的浓厚兴趣。

（2）教材使用：电子商务应用与运营，中国人民大学出版社。

国际贸易实务课程标准

（一）课程性质与任务

国际贸易实务课程是高等职业院校经管类专业的一门职业能力必修课，是根据中小外向型企业的单证员、跟单员、外贸业务员工作岗位能力要求所开设的课程。本课程以进出口业务流程为主线，介绍商品交换的具体运作过程及其所涉及到的具体环节、技能和方法，从而培养学生在合同的磋商、签订、履行三个阶段的实际操作能力，是一门实践性强、系统性强、技能要求高的课程。

（二）课程教学目标

总体目标：

通过该课程学习，使学生在掌握必要的理论知识的基础上，熟悉和掌握国际贸易的基本流程，基本操作方法，具备一定的报价核算能力、外贸函电处理能力、拟订合同的能力、信用证业务处理能力、跟单能力、单据处理能力，能进行各项业务的熟练操作，完成各阶段的工作任务。同时，通过活动的完成培养学生的职业素质。

能力目标：

通过交易前准备、交易磋商、合同订立、合同履行四个环节的模块训练，使得学生能够熟练掌握价格术语的使用；熟练掌握国际贸易的磋商过程；熟练掌握

各种支付方法；能够独立核算商品的价格成本；能够审核信用证，改证；能够独立签订外销合同。

知识目标：

熟悉通行的国际贸易规则和中国对外贸易的政策法规；掌握系统的、实用的进出口业务的基本知识；能选择合适的方式在国际市场寻找潜在客户；能够基于商品和潜在客户进行商务洽谈并订立完整的合同；能够按照合同履行相应的进出口行为；能够在合同履行之后顺利的完成交单结汇过程；具有行业、企业发展需要和完成职业岗位实际工作任务所需要的知识、能力和素质。

素质目标：

通过本课程的学习主要培养学生的团队合作能力、专业技术交流的表达能；培养学生分析问题、解决问题的能力；培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风；培养学生的获取新知识、新技能的学习能力。

(三) 参考学时

72 学时

(四) 课程学分

4 学分

(五) 课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
1	项目 1 交易前准备	1.国际贸易实务性质和特点 2.经营国际贸易必须具备的条件 3.国际贸易实务基本内容 4.国际货物买卖合同基本知识 5.进出口贸易的一般程序	1.能收集资料完成国际市场调研工作； 2.能撰写调研报告	8
2	项目 2 选择合适的贸易术语	1.国际贸易术语与国际贸易惯例 2.适合于海运及内河水运的术语 3.适合任何运输方式的术语 4.合理选择贸易术语	运用所学知识灵活分析案例能合理选择合适的贸易术语；	8
3	项目 3 合同磋商	1.交易磋商形式与内容 2.交易磋商程序	能够就某一具体商品进出口按照正确流程进行交易磋商	6
4	项目 4 商品品质、数量、包装及条款的订立	1.商品品质及品质条款 2.商品数量及数量条款 3.商品包装及包装条款	具备责任心、细心 灵活运用所学知识分析案例	8

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
5	项目 5 合同价格及价格条款的订立	1.作价方法与币种选择 2.主要贸易术语价格构成与价格换算 3.佣金与折扣、出口商品成本核算	具备灵活报价的能力 能进行不同贸易术语之间的价格转换； 能进行成本核算	8
6	项目 6 货物运输及运输条款的订立	1.运输方式 2.装运条款 3.运输单据基本知识	能根据具体情况选用合适的运输方式； 能正确运用海运提单；	6
7	项目 7 运输保险及保险条款订立	1.海洋运输保险中的风险、损失和费用 2.中国海运保险险别与条款 3.其他运输方式中货物保险 4.保险条款与保险实务	能根据具体情况，正确选择适当的海运货物保险险别； 能订立合同的保险条款	6
8	项目 8 货款结算及支付条款的订立	1.票据、汇付、托收 2.信用证 3.银行保函与备用信用证 4.合同中的支付条款	能正确选择各种支付方式和支付工具； 学会审核各种结汇单证； 能订立合同的支付条款	6
9	项目 9 合同次要条款	1.商检及商检条款 2.索赔及索赔条款 3.仲裁及仲裁条款 4.不可抗力及不可抗力条款	能正确把握《联合国国际销售货物公约》对检验、索赔、不可抗力和仲裁条款的规定； 能订立合同的商品检验条款	8
10	项目 10 进出口合同履行	出口合同履行 进口合同履行	能解决进出口合同履行中可能遇到的问题； 能熟练制作进出口合同中所用到的各种单证	8

(六) 教学建议

1.教学方法

采取项目教学法、模拟教学、实战演练、案例分析、小组合作学习等灵活多样的教学方法，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力。

2.评价方法

(1) 课程考核评价成绩构成

教学效果评价采取过程性评价与结果性评价两种方式进行，突出“过程考核与结果考核相结合，教师评价与学生自评相结合”的原则。过程考核贯穿于整个教学过程，对每个项目的学习过程进行考核，体现考核的公平和公正性，促进学生在课程学习全过程中保持持续性动力。结果性考核采用书面进行测试。本课程的过程性评价和结果性评价的重点均为实际操作能力，其中过程性评价的比重为40%，结果性评价的比重为60%。

3.教学条件

按照外贸流程和工作环境，模拟典型的职业工作任务，校企共同进行校内实训基地的规划与建设，让学生在“做中学，学中做”的过程中获得工作过程知识、技能和经验。

4.教材编选

(1) 教材应充分体现任务引领、实践导向的课程设计思想。

(2) 国际贸易实务，中国传媒大学出版社。

市场营销学课程（项目）标准

（一）课程性质与任务

本课程是管理专业的核心课程。通过学习，使学生掌握使学生系统掌握现代市场营销学知识基本概念、基本原理和基本方法，并强化实践性教学环节，突出以培养学生技能应用能力为主线的高职高专教育特色，综合提高提高学生整体职业素养、职业能力。按照高职高专学生的特点与“知识+素质+能力”的目标要求，培养高职产品营销与策划高素质技能型人才。

（二）课程教学目标

1. 知识目标

正确认知课程性质、任务及研究对象，全面了解营销课程体系、结构，整体认知营销。

熟悉产品所面临的宏观环境、微观环境

分析消费者需求、进行市场定位、做出战略决策

理解整体产品理论及品牌知识

掌握产品生命周期理论

熟悉客户沟通、服务和关系管理方面知识

营销组合策划及组织实施

制定年度营销计划

2. 能力目标

能分析指定产品所面临的宏观环境、微观环境

能分析指定产品的竞争状况和目标消费者的购买行为特征

能运用市场营销的调研手段，进行调查问卷设计，组织实地调研并分析结果，撰写调研报告

能针对不同的产品生命周期调整产品策略

能分析产品渠道模式，对指定产品设计合适的分销渠道模式

能确定合适的广告宣传主题，制定符合要求的媒体宣传计划

3. 素质目标

具备可持续发展的学习与适应能力

具备良好的职业素养（职业道德、职业习惯、职业素质）

具备强烈商业信誉观

具备较强的专业技能

具备良好的沟通、协调能力

具备良好的团队协作意识

（三）参考学时

108 学时

（四）课程学分

6 学分

（五）课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
1	市场营销核心概念与观念	市场营销的核心概念群：需要、欲望、需求、交换、市场细分、目标市场选择、定位	讲授法、案例教学法、讨论法	6
2	宏观与微观环境分析	1. 市场营销环境系统、分析 2. 宏观市场营销环境 3. 微观市场营销环境	由小组案例分析引出书本内容，课堂交流学习	4
3	消费者分析	1. 消费者购买需求分析 2. 消费者市场购买的行为特点 3. 影响消费者购买行为的因素 4. 消费者购买的决策过程	讲授法、案例教学法、讨论法	4
4	市场调查	1. 市场调查的程序 2. 市场调查方法、调查问卷设计 3. 调研的组织实施、调查报告的形成	采用讲授法、案例教学法、讨论法	16
5	市场细分、市场选择与市场定位	1. 市场细分化 2. 目标市场选择 3. 目标市场定位	讲授法、案例教学法、讨论法	6
6	制定产品策略	产品整体概念；产品组合；产品生命周期；产品品牌策略、新产品开发与扩散、装潢策略	结合案例分析，小组交流，课堂阅读与课堂提问逐步展开对产品策略的讨论	6
7	制定价格策略	市场营销的核心概念群： 需要、欲望、需求、交换 市场细分、目标市场选择、定位 市场营销 4P	结合课外资料的收集，课内案例交流，学习本部分内容	6

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
8	制定渠道策略	中间商类型；销售渠道类型及设计应考虑的因素	课堂案例讨论，引导学生思维，并总结知识	6
9	制定促销与沟通策略	市场营销推广方式；市场营销推广方案设计	运用多媒体案例向学生展示不同促销与交流沟通手段，结合讨论学习知识	6

（六）教学建议

1.教学方法

（1）案例教学法,即在讲授理论知识的同时引入案例分析，让学生利用所学知识来分析现实中的市场现象，做到学以致用。

（2）改变传统的填鸭式、满堂灌式的教学方法，实行“互动教学法”。

（3）实验教学法即利用市场营销模拟软件让学生模拟实习，不仅缩短了书本与现实的距离，又提高了学生的动手能力。

（4）课堂讲授。在有限的教学时间内，浓缩精华，突出重点，这是完成教学计划的重要环节。

2.评价方法

传统一次性期末考试考核方式不利于学生动手能力的培养，合理有效的考核模式可以引导学生形成正确的学习方法，培养学生良好的学习习惯。根据中专人才培养的要求，可将考试分为过程式考核、作业设计和案例情景模拟，促进学生平时的知识积累；作业设计就是学生在教师指导下独立完成能反映解决问题能力的综合性作业，从独立知识点的考核递进到综合性考核，突出培养学生综合分析和解决问题的能力。

3.教学条件

院级精品课程，丰富的网络资源、案例教学资源 and 多媒体教学环境。

4.教材编选

（1）教材应充分体现任务引领、实践导向的课程设计思想。

（2）教材编写应注重以工作任务相关的典型活动为载体，根据教学内容和要求设计流程图、实际案例、情景模拟和课后拓展作业等不同模块，使学生在各种活动中掌握旅游计划与调度岗位的基本职业能力。

（3）教材使用：市场营销学，中国传媒大学出版社出版。

网络营销课程标准

（一）课程性质与任务

《网络营销》是电子商务专业的一门主干课程。《网络营销》是以互联网技术为基础的高新技术与营销资源融合在一起的新的营销模式，网络营销具有营销的共同性，同时，又具有它独有的特性。网络营销作为促成商品交换的企业经营管理手段，它是企业基于互联网上的电子商务活动中最基本的重要的商业活动。

课程以培养学生专业核心能力之一——市场营销和网络营销能力为目标，主要学习市场营销和网络营销的基本概念和理论、分析网络环境下消费者行为、学习并进行网络营销策略的实践运用。本课程强调基本方法和基本策略的实际运用，注重从事网络营销人员必须具备的基本能力和职业素质的训练。

(二) 课程教学目标

通过本课程的学习，能对网络营销的相关基础理论有整体的认识，掌握网络营销的操作技能，提高实际动手能力和操作能力，形成网络营销的岗位工作能力，完成企业网络营销岗位的实际工作任务，同时培养学生具有诚实、守信、善于沟通和合作的职业素养。为学生发展网络营销方面的职业能力达到《网络推销员(初级)》的职业资格标准。

(三) 参考学时

72 学时

(四) 课程学分

4 学分

(五) 课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
1	网络市场调研	实践网络营销宏观环境信息和微观环境信息的调研，掌握在线问卷设计的方法与技巧、网民状况调查问卷	理论讲解与上机操作	6
2	网络信息检索	利用阿里巴巴网站收集与发布消息	理论讲解与上机操作	6
3	网络营销站点建设与管理、	利用 www.9lin.net 建立个人站点和设计域名	理论讲解与上机操作	8
4	网站推广	搜索引擎注册、电子邮件推广、新闻组和 BBS	理论讲解与上机操作	8
5	网络商品推广	围绕所选中的要营销的商品写一份完整的网络商品推广策划书	理论讲解与上机操作	10
6	网络广告制作与发布	利用画图软件制作广告同时做简单的网络广告策划	上机操作	8
7	网络客户管理	将理论客户关系管理利用源海客户关系管理单机版软件很好的运用	理论讲解与上机操作	10

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
8	网络营销策划	将学生分组采取学生自己找项目写出对应的网络营销策划	上机分角色演练	10
9	个人网店的建立	利用淘宝网在网上开店	上机操作	8

(六) 教学建议

1. 教学方法

采用角色扮演、学生主体、教师导学、任务驱动的教学方法，理论和实训教学过程均采用小组研讨、课堂提问、案例事教学等教学形式，体现学生主体、教师导学和教学做一体的职业教育观念。

2. 评价方法

(1) 考核方式

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价以鼓励为主。过程考核主要在教学过程中对学生的出勤情况、学习态度、上机操作、课堂讨论、课后作业等情况进行的评价；目标考核是在整个课程结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。

(2) 考核比例及要求

平时成绩占 20%。主要包括对出勤情况、课堂提问、讨论、作业等情况进行评价。

技能测试占 40%。上机实验成绩根据学生完成实验内容及出勤情况，由指导教师给出成绩。

期末考试成绩占 40%。采用闭卷形式，建试题库，从试题库随机抽取试题。生成试卷包括选择题、判断题、简答题、论述题等标准化题型，由教师审阅判分。

3. 教学条件

利用现代教育技术增加信息量，丰富教学内容，提高单位时间的教学效率。以图文并茂、视听结合的感官刺激方式来吸引学生，可提高学生的学习兴趣；利用多媒体技术，即时引入相关材料，可以帮助教师描绘那些难以用语言表达的知识点，帮助学生理解抽象、难懂问题的理解；利用动态演示。

4. 教材编选

(1) 教材以“必须、够用”为原则，降低理论难度。教材的文字表述力求通俗易懂、深入浅出、版面设计活泼，内容展现尽可能图文并茂，能够吸引学生，有助于学生自学。

(2) 教学内容紧密结合实际，但高于或浓缩实际工作，便于教学，使其符合

教学规律及内容衔接紧凑。配套实训操作能体现电子商务工作实际需要，再现工作情景，并具有可操作性，便于教师指导和学生学习。最后一章模拟实验的实训项目分配，也可在各相关章节穿插进行。

(3) 教材选用：网络营销基础与实践，清华大学出版社，2013年。

商务谈判课程标准

(一) 课程性质与任务

《商务谈判》是电子商务专业的一门专业必修课。系统地介绍人们在商务活动中谈判理论、实践、规律及其艺术的学科。通过本课程的学习，使学生掌握商务谈判的基本原理和实务，了解和掌握商务谈判的内容、程序、规则、各阶段的策略、技巧及商务谈判的礼仪等，并通过案例分析与讨论使学生掌握基本的谈判技巧和策略、具有一定的运用商务谈判实际操作和运用的能力，培养基本的谈判素质和能力。

(二) 课程教学目标

1. 知识目标

- (1) 掌握商务谈判的概念、分类、谈判理念和模式；
- (2) 了解谈判的基本程序；
- (3) 掌握信息收集的内容与处理的方法；
- (4) 掌握商务谈判开局的方法和策略；
- (5) 掌握商务谈判的策略和技巧；
- (6) 掌握打破僵局的策略和技巧；
- (7) 掌握合同签订的程序和注意事项。

2. 能力目标

- (1) 能做好谈判的准备工作。
- (2) 能进行谈判信息的收集、整理与分析。
- (3) 能设计谈判的开局，能控制谈判的进程。
- (4) 能根据谈判情况随机应变，灵活运用谈判的策略，具有一定的判断能力和决策能力。
- (5) 能坚守谈判目标，及时调整心态，防止挫败感的危害，保持积极心态和顽强毅力，不受对方威逼利诱的干扰，促成谈判的成功。

- (6) 撰写谈判报告。

3. 素质目标

锻炼提升学生的心理素质，树立正确的谈判观念，使学生能够冷静沉着面对谈判中的僵局、威胁、诱惑，并使能够树立保密、谨慎的职业素质，培养学

生遵纪守法、不为私利损害国家、集体和他人利益的职业道德。

(三) 参考学时

72 学时

(四) 课程学分

4 学分。

(五) 课程内容和要求

序号	工作任务	教学活动设计	参考课时
1	商务谈判基础知识	1. 多媒体教学 2. 项目教学 3. 管理情景模拟	8
2	商务谈判礼仪	1. 多媒体教学 2. 管理情景模拟 3. 仿真实训	4
3	商务谈判人员管理	1. 多媒体教学 2. 管理情景模拟决策	4
4	商务谈判环境分析与策划	1. 多媒体教学 2. 仿真实训	8
5	商务谈判开局阶段的策略	1. 多媒体教学 2. 案例讨论报告 3. 仿真实训	8
6	商务谈判报价阶段的策略	1. 多媒体教学 2. 案例讨论报告 3. 仿真实训	10
7	商务谈判磋商阶段的策略	1. 多媒体教学 2. 案例讨论报告 3. 仿真实训	10
8	商务谈判让步阶段的策略	1. 多媒体教学 2. 案例讨论报告 3. 仿真实训	10
9	商务谈判结束阶段的策略	1. 多媒体教学 2. 项目教学	10
合计		72	

(六) 教学建议

1. 教学方法

(1) 案例教学法

将实际案例引入教材、教学体系中，每个重要知识点均与实际应用结合起来，融创新思维培养、团队学习方式、实践案例教学于课程教学中，理论讲授、实践辅导、现场参观、业务操作、科技创新等不同教学方法灵活运用，在充分利用现代多媒体电子教学的基础上，采用第一课堂与第二课堂结合，校企合作、产学研相结合，将现代科学技术充分应用于教学改革之中。

2.评价方法

商务谈判课程的考核大致包括形成性考核和总结性考核两种类型，分值分别占 70% 和 30%，每类考核中都包括了理论知识的考核和实践能力的考核，形成性考核中的理论知识考核和实践能力的考核分值分别占 20% 和 50%，总结性考核中理论知识考核和实践能力考核分值分别占 20% 和 10% 左右，基本能够实现对专业综合能力的鉴定，尤其是形成性考核分值的提高，大大提高了学生日常学习的积极性，有利于学生能力的培养。

3.教学条件

(1) 利用音像和网络资源等，和传统教学方法相得益彰，提高课堂教学效果。

(2) 利用计算机和多媒体教学软件，但教学中不能过分依赖课件，尤其是文字表述内容。

4.教材编选

《商务谈判》，高职高专“十二五”创新型规划教材，曹东主编，南京大学出版社。

图像处理技术课程标准

(一) 课程性质与任务

《图像处理技术》是我校电子商务专业的核心课程，通过该课程的学习，学生要掌握数字图像的基本概念以及对数字图像处理的一般方法，主要是通过使用 Photoshop 实现数字图像的艺术创造和再加工。本课程介绍 Photoshop CS 的基本操作和色彩理论，说明各种工具和滤镜的使用方法，介绍图像处理技术，并侧重各种处理技术的应用。后续专业课程的学习准备必要的知识，也为今后从事实际工作打下良好的基础。

(二) 课程教学目标

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

(10) 掌握 Photoshop 综合案例实训制作。

2. 能力目标

- (1) 具有熟练使用 Photoshop 中各主要工具、各主要菜单的能力；
- (2) 具有对图形图像进行熟练制作和处理的能力；
- (3) 能够进行数码图片处理、色彩修饰；
- (4) 能够制作背景、按钮、标题等网页元素；
- (5) 能根据自己的想象处理图片及根据本人的要求处理图片的能力；
- (6) 具有使用图像输入、输出及打印的能力；
- (7) 具有使用 Photoshop 制作相关案例的能力

3. 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) 参考学时

72 学时

(四) 课程学分

4 个学分。

(五) 课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
1	基本工具	掌握[选择区域]和[移动]工具应用； [裁切]工具应用； [橡皮擦]工具应用；等	案例 1 制作肖像与相框的合成效果 案例 2 旋转裁切倾斜的照片 案例 3 环削桔子皮 案例 4 绘制“桂林山水”风景画 案例 5 修复桥廊 案例 6 数码照片的后期处理	24
2	路径应用	学习 PhotoShop 路径知识，掌握路径工具的应用技巧；	案例 1 从背景中选取复杂的图像 案例 2 绘制标志（阳光教育） 案例 3 制作缝线效果 案例 4 制作霓虹灯效果	10
3	图层应用	掌握图层的基本知识，能够熟练操作图层	玻璃板上的水滴字	6

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
4	通道和蒙版	学习通道面板的基本操作与使用方法,学会利用通道存储选区和载入选区的操作方法	案例1 飞车钻火圈效果制作 案例2 制作浮雕效果字 案例3 制作艺术边框效果 案例4 制作面部美容效果	8
5	滤镜效果	学习利用滤镜菜单中常用的命令制作特殊艺术效果的方法,注意与图像调整命令、图层蒙版以及画笔工具的结合使用技巧	案例1 下雨效果制作 案例2 油画效果制作 案例3 爆炸效果制作 案例4 制作火焰字	8
6	广告设计	掌握动作的创建方法及动作面板的使用	案例1 报纸广告设计 案例2 户外灯箱广告设计 案例3 @时代探索者创意设计 案例4 电影海报设计 案例5 “学生联谊会”海报设计	14

(六) 教学建议

1.教学方法

要采取项目教学法,采用以成品实例吸引学生学习主动性和积极性的方法,通过演示给出学生理论知识点,反复讲解重点内容。以学生操作为主体,实例基础部分学生根据演示操作完成,提高部分让学生想象、观察,扩展学生思维,然后使每名学生都能完成一幅个性化的作品。点评学生作品,接受学生的反馈问题并解决问题,演示学生作品以供全体同学参考。使学生在学习中能举一反三,不断扩展学生思维

2.评价方法

采取阶段评价和目标评价相结合,理论考核与实践考核相结合,学生作品的评价与知识点考核相结合。

3.教学条件

教学设备应配备教学演示设备(液晶投影仪)和教学实训设备(高端计算机、扫描仪、移动存储设备),可在安装了 Photoshop 的计算机教室进行。

4.教材编选

教材编写要体现项目课程的特色与设计思想,教材内容体现先进性、实用性,典型产品的选取要科学,体现地区产业特点,具有可操作性。其呈现方式要图文并茂,文字表述要规范、正确、科学。

《消费心理学》课程标准

（一）课程性质与任务

《消费心理学》课程是电子商务专业的专业基础课，其功能是让学生通过观察消费者，分析消费者心理活动，采用观察法、市场调查法的方式，培养学生研究消费者营销活动的的能力、分析问题的能力、解决问题的能力。

（二）课程教学目标

1. 知识目标

通过销售现场的主要工作内容，会分析不同类型消费者的心理活动特点；

2. 能力目标

结合市场调查课程所学的技能，能够进行消费者的某项消费心理调查；结合商店的季节销售实际，能够进行消费者购买心理活动分析；能在销售实际场地，能够准确判断出消费者的心理活动；培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力。会运用专业术语，对任意指定展览的布置进行分析评价。

3. 素质目标

通过案例教学形式，激起学生学习兴趣，培养学生在市场营销活动过程中具有吃苦耐劳精神，一丝不苟的严谨工作作风，与人相处、与人沟通的综合素质。

（三）参考学时

72学时

（四）课程学分

4学分

（五）课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	消费心理学概论	认识消费者心理技能； 口语表达能力； 教学要求： 课堂教学；提问学生，培养学生表达、观察能力；	分组建立学习团队，初步形成团队目标。	6
2	消费者个性心理、群体心理与行为	认识个性、群体特点与消费者行为联系的能力。 教学要求： 团队共同完成任务，归纳整理出方案；个人自主完成任务。	班级授课、分组讨论。	12
3	消费者购买心理	技能内容： 团队沟通、协作能力；市场观察能力。 教学要求： 模拟购物环境，学生会分析消费者购买心理	分组完成任务；学生独立完成。	10

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
4	商品设计、价格心理	开发创造能力； 遵章守法的能力；动手能力。 教学要求： 学生分组制作商品商标；打包装；	完成既定任务。	10
5	广告、人员推销心理	广告创意能力； 商场销售服务能力。 教学要求： 模拟某一场景练习做广告、销售商品。	学生独立一件广告设计任务；团队合作模拟商场销售过程。	12
6	购物环境、营销谈判心理	商场购物环境设计能力；商品陈列创意能力； 营销谈判技巧能力。 教学要求： 学生课后讨论、自行组织团队进行商场调查。	班级授课和商场调查相结合	12
7	营销人员心理	营销人员与消费者的互动能力。 教学要求：观察、模拟、演练、提高。	小组讨论；班级授课，完成任务。	6
8	消费心理新变化与新营销	教学要求：对新营销的运用和认识。	小组讨论；班级授课，完成任务。	4

(六) 教学建议

1. 教学方法

课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要。项目设计以市场为线索来进行。教学过程中，要通过校企合作，校内实训基地建设等多种途径，采取工学结合、半工半读、市场调查等形式，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。

2. 评价方法

本课程坚持理论与实践并重的原则，在评价上应采用理论考核和实践考核相结合的方法。注重过程性考核与终结性考核相结合，逐步建立学生的发展性考核与评价体系。

评价方法采用平时作业评价、课堂作业评价、团队活动评价、期末综合考核评价等多种方式。过程性考核与终结性考核的权重比建议为 4:6。

表 2 考核评价表

成绩构成	权重 (%)
平时成绩	10
课堂作业、提问	10
团队活动	20

期末综合考核	60
合计	100

3.教学条件

搭建多维、动态、活跃、自主的课程训练平台，使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动；还可搞仿真软件的开发利用，如“模拟实习”、“在线答疑”、“模块考试”等，搭建产学合作平台，让学生置身于网络实习平台中，积极主动地完成该课程的学习，为学生提高分析问题能力提供有效途径；积极利用电子书籍、电子期刊、数字图书馆、各大网站等网络资源，使教学内容从单一化向多元化转变，拓展学生营销知识和能力。

4.教材编选

本门课程选用的是高等教育出版社的出版的《营销心理学》，是全国高职高专教育“十一五”规划教材。

《企业文化》课程标准

（一）课程性质与任务

本课程是为适应社会主义市场经济对现代人才的高素质要求而开设的一门全新的职业素质教育课程。它的主要任务是了解现代企业文化和职业道德的基本知识，懂得如何融入企业文化氛围，如何提高职业道德素养，为尽最大限度发挥自己的才能创造重要条件，进而使学生真正由一个大学生转变成为一个“企业人”，从而实现学生顺利就业。

（二）课程教学目标

1. 知识目标

- （1）使学生了解企业文化的内涵、功能及类型；
- （2）使学生了解职业道德的内容和现代员工必备的基本素质；
- （3）使学生了解企业文化和职业道德的内在联系；
- （4）使学生了解企业文化的基本内容及其对企业发展的意义。

2. 能力目标

- （1）使学生学会运用基本企业文化和职业道德理论完善自己的职业规划，并能够在一定程度上指导自己正确择业、顺利就业；
- （2）使学生不断提高对现代企业文化的认知能力，在此基础上，能够比较准确地认识具体某个企业的企业文化构建状况。

3. 素质目标

- （1）通过课程教学与学生自我长期实践，逐步提高学生走向社会发展所需要企业文化、职业道德素质等现代企业员工必备的基本素质。

(2) 通过课程教学,使学生具备良好的企业文化意识、职业态度、职业价值观等,更好地促进学生成长成材和终身发展。

(三) 参考学时

72 学时

(四) 课程学分

4 学分。

(五) 课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
1	企业文化概述	企业文化的内涵、类型	课堂讨论,案例分析	12
2	企业文化与职业道德	职业道德基本规范(着重讲授诚实守信和爱岗敬业)、现代企业员工素质的基本内容;企业文化与职业道德的辩证关系。	课堂讨论,案例分析	12
3	企业物质文化	企业标识、企业环境和建筑物等基本知识;企业物质文化建设对于企业发展的重要意义。	课堂讨论,案例分析	12
4	企业行为文化	企业家的行为与企业的发展(择业时不光看企业还要看企业家);员工行为与企业的发展;企业人际关系的处理。企业行为文化建设对于企业发展的重要性。	课堂讨论,案例分析	12
5	企业制度文化	企业标识、企业环境和建筑物等基本知识;企业物质文化建设对于企业发展的重要意义。	课堂讨论,案例分析	12
6	企业精神文化	企业价值观(重点是互利性)和企业精神等企业精神文化的基本知识;企业精神文化建设的重要性。	课堂讨论,案例分析	12

(六) 教学建议

1. 教学方法

在教学过程中为学生提供不同的案例,逐步加大课堂讨论的比重,介绍大量经典案例,引导学生依据惯例和法规规则等,分析案例,总结经验教训。在熟悉企业文化的同时,提高学生主动思考,善于分析的能力。

2. 评价方法

对学生的评价与考核分两个部分:素养考核与知识考核相结合:

(1) 素养考核,包括平时的出勤率、完成书面作业任务的情况、平时上课的表现等,占总评价成绩的 40%。这部分内容重点考核学生的学习过程,包括其学习态度、努力的程度以及表现出来的效果。

(2) 知识应用考核,本课程对知识考核采用写论文的形式。

写一篇关于企业文化的论文,要求按照论文的格式去写,字数 2000 字左右。该项考核占总评价成绩 60%。这部分主要考核学生对课程基本知识的掌握情况以及基本素养和能力的形成状况。

3.教学条件

教学环境为多媒体教室，多媒体设备、网络设备齐备，有投影设备，有必要的参考书等学习资料。

4.教材编选

使用高等教育出版社出版的国家级精品教材《现代企业文化与职业道德》（2008年4月出版）。

《电子商务创业实训一》课程标准

（一）课程性质与任务

《电子商务创业实训一》是电子商务专业的一门职业拓展课。课程旨在培养适应社会主义现代化建设需要，德智体全面发展的现代化高级技术人才，同时具备网上零售的基础知识，网上购物的基本流程，以及开设并管理网店的基本技能实现扩大就业选择的创业目标。

（二）课程教学目标

1. 知识目标

- （1）理解 C2C 电子商务创业的基本思想；
- （2）掌握网上零售的基础知识；
- （3）掌握网上购物的基本流程；
- （4）掌握网上开店及其管理的相关知识

2. 能力目标

- （1）实际体验网上购物的流程；
- （2）注册、开店及其店铺管理；
- （3）掌握网络营销的有关方法和技巧；
- （4）搞好客户关系，提高解决交易中遇到问题的能力；

3. 素质目标

- （1）初步具备辩证思维的能力；
- （2）具有热爱科学，实事求是的学风和创新意识、创新精神；
- （3）加强职业道德建设意识。

（三）参考学时

108 学时

（四）课程学分

6 学分。

（五）课程内容和要求

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

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考课时
1	网上创业概述	1. 网络创业机会评估 (1) 机会评估 (2) 案例分析 2. 网络创业机会选择 (1) 网络市场竞争优势分析 (2) 市场定位实务	讲授, 案例分析	12
2	网络创业商业模式选择	1. 网络商贸模式的选择 (1) 选择虚拟商店 (2) 选择比特卖家 (3) 选择赠与模式 (4) 选择厂商模式 2. 经纪与中介模式的选择 (1) 选择中介代理 (2) 选择拍卖代理 (3) 选择市场交换 (4) 选择商业贸易组织 (5) 选择购买者集体 (6) 选择分销商	讲授, 任务驱动, 案例分析	12
3	网络创业计划书规划与编写	1. 网络创业计划书规划 (1) 前期准备 (2) 演示创业计划 (3.) 访谈 2. 网络创业计划书的编写步骤	讲授, 任务驱动, 案例分析	12
4	网络企业注册	1. 注册准备 2. 域名注册(1)注册准备(2)申请注册 3. 网站备案登记(1)前期准备(2)申请备案	讲授, 任务驱动, 案例分析	12
5	网络创业平台建设推广	1. 网络创业平台规划(1)网络创业平台需求调研(2)网络创业平台技术可行性分析和实施性分析 2. 网络创业平台设计 (1) 网络创业平台信息结构设计 (2) 网络创业平台功能模块的选择 (3) 网络创业平台整体风格设计 3. 网络创业平台推广 (1) 著名的搜索引擎注册 (2) 中小企业网络推广方案的制订	讲授, 任务驱动, 案例分析	12
6	网络营销方案设计与实施	1. 网络营销方案设计 (1) 目标市场的确定 (2) 市场定位 (3) 产品策略制定 (4) 价格策略制定 (5) 分销渠道策略制定 (6) 物流渠道策略制定 (7) 销售人员策略制定 (8) 网络广告 (9) 销售促进与服务 (10) 市场调研 (11) 公共关系 (12) 进程安排 2. 网络营销方案实施 (1) 搜索引擎营销 (2) 电子邮件营销 (3) 社区营销 (4) 网络广告	讲授, 任务驱动, 案例分析	12
7	网上开店	1. 网上开店申请 (1) 申请认证 (2) 开店(3)发布宝贝(4)填写宝贝信息 2. 网上店铺装饰 (1)店铺描述(2)图片处理(3)图片处理橱窗推荐 3. 网店支付与物流(1)支付宝使用 (2) 物流解决方案选	讲授, 任务驱动, 案例分析	12
8	网上店铺经营管理	1. 网上店铺推广 (1) 关键词推广 (2) 论坛推广 (3) 搜索引擎推广 (4) 促销活动推广 (5) 人际关系推广 2. 网店客户管理 (1) 淘宝旺旺的使用 (2) 站内信的使用 3. 网上销售管理 (1) 店铺管理功能模块的使用 (2) 店铺销售管理	讲授, 任务驱动, 案例分析	12
9	新创企业理财	1. 企业纳税申报 (1) 税务登记 (2) 账证设置 2. 财务报表分析 (1) 财务状况变化分析 (2) 盈利能力变化分析 (3) 现金流量变化分析	讲授, 案例分析	12

（六）教学建议

1.教学方法

利用校内实训室和校外实训基地进行教学。利用网络技术作为学习内容和学习资源的获取工具，在网络上收集最新的电子商务网站建设与管理案例和经验。

2.评价方法

考核阶段	考核内容	考核形式	成绩比例
平时成绩	课堂提问、学生作业、上机操作表现等	出勤、课堂发言、讨论、商务谈判比赛、实训作业	30%
期末成绩	阶段性报告、案例分析、网店业绩等	试卷考核	70%

3.教学条件

为了保证本课程满足职业教育学生的培养要求，培养学生的动手操作能力、知识的综合运用能力、独立分析问题和解决问题能力、基本创新能力和团队合作精神，应保证一定的校内教学设备和校外的实习实训、条件。

校内配有电子商务实训室及模拟演练平台，满足学生的校内实训要求，同时校外还建立大量的实习实训基地。

4.教材编选

（1）教材编写原则

教材编写过程中应注意理论与实际相结合，内容和形式要有利于学生的全面发展和长远发展。学生应该能够通过学习和使用教材获得独立学习和自主学习的能力，从而为终身学习创造条件。为此，教材应该尽可能采用启发式、发现式的学习方式，促使学生拓展思维，开阔视野，培养创新精神和实践能力。教材应配有实践内容或配套实训教材。

（2）教材使用

本课程选用的教材是东北财经大学出版社出版的 21 世纪高等院校电子商务教育系列教材《网上创业实务》。

（3）参考教材

C2C 电子商务创业教程；淘宝网上学淘宝。

三、师资配备标准

必须按照师生比 1:30 的比例配备专业专任教师，专业专任教师必须达到本科及以上学历，获得电子商务相关岗位职业资格证书（电子商务师、物流师等），普通话达到国家二级乙等以上标准；兼职教师必须具有本科以上学历，具有在电子商务相关企业从业三年以上工作经历，并签订聘用合同。针对未达到相关要求的

教师，在满足相关要求后方可任课。

四、实验（实训）室及设备配备标准

1、中职实训设备

实验实训室名称	现有建筑面积 (m ²)	现有设备价值 (万元)	现有主要设备			主要实训项目
			名称	单价 (万元)	台套数	
电商实训室	86	46.77	联想电脑	0.5	56	1.图形图像处理 2.网上开店 3.网络营销 4.电子商务技术技能训练
			交换机	0.3	3	
			电子商务模拟软件	11	1	
			德意通电子商务软件	5.37	1	
电商通用实训室	86	29.19	惠普电脑	0.47	57	1.Flash 二维动画 2.计算机应用基础 3.电子商务网络技术 4.Dreamweaver 网页制作
			交换机	0.3	3	
电商通用实训室	90	41.136	触屏一体机	2.995	1	1.影视编辑与后期制作 2.计算机应用基础 3.网络营销 4.电子商务网站建设与维护
			联想电脑	0.545	57	
			空调	0.89	1	
网上创业实训室	80	25.994	联想电脑	0.58	30	1.图形图像处理 2.网上开店 3.网络营销 4.电子商务网站建设与维护
			货架	0.22	2	
			打包机	0.23	1	
			包装设备	0.45	1	
商品拍摄室	40	15.341	佳能相机	0.4935	1	1.商品拍摄 2.网上开店 3.图片后期处理 4.电子商务技术技能训练
			三星相机	0.19	15	
			联想电脑	0.385	15	
			摄影专用灯	1.945	1	

五、贯通培养方案与高职人才培养方案的比较报告

(一) 人才培养目标

该三年制培养目标适合初中阶段毕业生的身心、学习发展特征。电子商务三年制人才培养方案根据学生的年龄特点，在第一、二学年，侧重于基础课程以及专业个别岗位基本技能的学习，保证了学生综合素质的同时让学生学习了岗位技能；第三学年侧重学生对于岗位管理能力、经济分析能力、市场预测能力、决策能力的培养，是技能到能力、素质提升的必经之路，也符合了学生特点。

（二）课程设计

从课程设计上，三年制中职人才培养的目标是掌握电子商务的基本理论和技术、熟悉现代电子商务运营方式和业务模式，掌握营销技能等专业知识，具备网络营销、信息管理、沟通协调能力，具有良好职业道德和职业生涯发展基础，在电子商务相关行业生产、服务第一线能从事岗位电子商务企业商品网络销售、网站产品维护、网络营销、企业商品销售和营销策划等工作的德、智、体、美等方面全面发展的高素质技术技能人才。

（三）教学计划

在教学计划中，开设课程的课时多以 4 学分，72 学时为主，不利于岗位技能的强化练习；针对重要的专业基础课程和专业技能课程，都加大了课时，并加深了学习的深度，如在开设 PhotoshopCS 之前开设色彩基础，有利于学生在图片处理时对于色彩的把握。

部分课程课时比较表

序号	课程	三年制学时
1	市场营销学	72
2	电子商务概论	72

（四）师资配备标准

由于分阶段不同培养的要求，为了给学生打下扎实的文化基础、专业基础，在教师安排上优先安排年富力强、学历层次高、专业职称高、具有丰富实践经验的教师授课。

电子商务专业根据培养目标的要求，重点建设高级技能型师资队伍，构建理论与实践并重的双师型师资队伍，有电子商务师从业资格的具有本科以上学历的兼职教师，所有教师具有电子商务行业从业资格证书。从年龄结构上看，电子商务专业教师主要以中青年教师为主，该年龄层次教师具有创新创业能力，符合行业发展特点。在教师培养方面，要求所有专任教师都要有参与电子商务相关工作的经历，并通过大学生电子商务创业中心和潍坊综合保税区电子商务中心的相关实训提升教师水平。

（五）实验实训室及设备配备标准的比较

五年制的培养目标不仅以电子商务行业某一岗位职业技能训练为主，如电子商务相关职业岗位如：网站维护、图片处理、网络编辑等都，还包括培养学生的电子商务运营与管理能力、电子商务从业能力、创新创业能力、职业素质和职业道德等，这就需要配套的相关实验实训设备，如电子商务创业实训室、商品拍摄室、校园 O2O、产品储存、展示设备等。除此之外，还需要相关的校外实习基地，

电子商务“校中厂”的实训模式。在现有实训设备基础上，可新增一专业技能训练室。