**山东省中等职业学校建设工程项目**

**电子商务专业人才培养方案**



**临沂兴华职业中等专业学校**

**2023年7月**

**目 录**

**电子商务专业人才培养方案……………………………………………1**

专业名称……………………………………………………………1

专业代码……………………………………………………………1

招生对象与学制……………………………………………………1

职业面向……………………………………………………………1

培养目标与培养规格………………………………………………1

课程结构框架………………………………………………………5

课程设置与教学要求………………………………………………6

教学时间安排及学时建议…………………………………………14

实施保障……………………………………………………………16

毕业要求……………………………………………………………19

**基本技能课程标准………………………………………………………21**

**会计基础课程标准………………………………………………………25**

**国际贸易基础课程标准…………………………………………………31**

**市场营销基础课程标准…………………………………………………36**

**经济法基础课程标准……………………………………………………40**

**商品学课程标准…………………………………………………………44**

**销售心理学课程标准……………………………………………………49**

**推销实务课程标准………………………………………………………52**

**图像处理技术（PS）课程标准…………………………………………57**

**物流技术与实务课程标准………………………………………………61**

**电子商务课程标准………………………………………………………66**

**沙盘模拟企业经营实训课程标准………………………………………69**

**经济应用文课程标准……………………………………………………72**

**企业文化课程标准………………………………………………………77**

**商务礼仪课程标准………………………………………………………81**

**口才与交流课程标准……………………………………………………83**

**技能实验（实训）室及设备配备标准…………………………………89**

**电子商务专业顶岗实习标准……………………………………………90**

**电子商务专业……………………………………………………………98**

**人才需求与培养模式改革调研报告……………………………………98**

**电子商务专业人才培养方案**

**教学计划**

**一、专业名称**

电子商务

**二、专业代码**

730701

**三、招生对象与学制**

1．招生对象

本专业招收初中毕业生或具有同等及以上学历者。

2.学制

基本学制：三年

实行学分制的，以修满规定学分为准，可实行弹性学制。

**四、职业面向**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **所属专业大类**  **（代码）** | **所属专业类**  **（代码）** | **对应行业**  **（代码）** | **主要职业类别**  **（代码）** | **主要岗位类别或技术领域举例** | **职业资格证书或技 能等级证书举例** |
| 财经商贸大类  （53） | 电子商务类  （5307） | 互联网和相关服务业（64）  批发业（51）  零售业（52） | 销售人员（4-01-02）  商务咨询服务人员  （4-07-02） | 网店美工  商品信息采编  网络营销推广  网店运营  网络客户服务  电商创业主 | 电子商务师、Adobe平面设计师、直播销售员等  “1+X”证书：网店运营推广、电子商务数据分析  直播电商等职业技能等级证书 |

**五、培养目标与培养规格**

**（一）培养规格**

坚持立德树人，服务学生全面发展。培养思想政治坚定，德技并修，德、智、体、美、劳全面发展，适应社会主义现代化建设需要，具有良好的职业素养和文化素质，掌握本专业必需的专业知识和操作技能，具有较强的实际工作能力，牢固掌握本专业职业岗位(群)所需的专业知识和实践操作技能，能从事网店美工、商品信息采编、网络营销推广、网店运营和网络客户服务等工作的中等应用型技术人才。

**（二）培养规格**

**1.素质**

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感;

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识;

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神创新思维、全球视野和市场洞察力;

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神;

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

**2.知识**

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识;

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识;

（3）掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识;

（4）掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法;

（5）掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法;

（6）掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法:

（7）掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识:

（8）掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法:

（9）掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识

**3.能力**

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力;

（2）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力:;

（3）具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力;

（4）能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等;

（5）能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片，能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度;

（6）具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作:

（7）具备网店设计与装修的能力，能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作;

（8）能够根据网站(店)推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化;

（9）能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理:

（10）能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测;

（11）能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等;

（12）能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

**六、课程结构框架**



遵守劳动纪律能力、专业实践能力、沟通协作能力、独立学习能力、综合职业素养

毕业顶岗实习、岗位实际业务操作、企业管理制度、企业培训

职业技

能培训

证书、

上岗证

等

校外实训基地顶岗实习合作企业

电子商务员证书；营销员（推销员）证书；计算机文字录入处理员；

具有利用电子商务平台直接从事现代商务活动的初步能力；网站规划、设计、制作与维护能力具有网上营销及其它电子商务活动的组织和管理等能力’

推销实务、ps、收银实务、物流技术与实务、店长岗位实训、电子商务、企业沙盘模拟等

校内

校外

实训

基地

职业认识与企业认识、基本技能、会计基础、

国际贸易、市场营销基础、经济法基础、商品学、销售心理学等

课堂

校内

实训

基地

身体素质、计算能力、写作和语言表达能力、公民道德素养、计算机操作能力、英文阅读能力、礼仪与社交能力

德育、语文、数学、英语、体育与健康、公共艺术、社交礼仪、计算机应用基础、安全环保知识、语言表达能力训练、硬笔书法、体型训练、文字录入训练等

课堂

社会

实践

英语及

计算机

等级证

书等

具有较敏锐的观察能力和分析解决问题的能力；具有较强的判断和决策能力；有较强的人际关系协调能力和灵活的应变能力。

电

子

商

务

专

业

课

程

体

系

能力目标

课程内容

训练场所

职业资

格证书

基础

平台

专业

基础

平台

专业

技能

方向

课程

校外

顶岗

实训

模块

**七、课程设置与教学要求**

1.公共基础必修课程（1152学时，64学分）

（1）职业生涯规划（36学时，2学分）

职业规划课程作为公共必修课，旨在引导学生掌握职业生涯规划的基本理论和方法，帮助大学生促使大学生理性规划自身发展，在学习过程中自觉提高就业能力和生涯管理能力，有效促进大学生求职择业与自主创业。 通过本课程的教学，学生基本掌握职业发展的阶段特点，认识自己的特性、职业的特性以及社会环境，培养大学生职业生涯发展的自主意识和职业探索、生涯决策能力，帮助学生了解就业形势与政策法规，教育引导学生树立积极正确的人生观、价值观和就业观，提高其求职技能，引导他们自觉把个人发展和国家需要、社会发展相结合；引导学生了解创业基本知识，学习开办小型企业的相关知识，了解寻求信息和帮助的途径，树立创新创业的意识，激发他们的创业热情，引导有能力有条件的同学走上自主创业之路，为个人生涯发展和社会发展不懈努力。

（2）职业道德与法律(36学时，2学分)

本课程是中等职业学校学生必修的一门课程，旨在对学生进行道德与法律基础知识教育。法律职业道德对法律职业的重要意义决定了法学[教育](http://www.studa.net/jiaoyu/)开设法律职业道德课程对学生进行道德教育的必要性。同时，从广义上说，法律职业道德作为法律职业共同体在履行职责过程中所遵循的规范和准则也属于知识范畴，有着自己独特的体系、逻辑和评价标准，这又决定了法学教育可以通过课程设置的方式实现伦理知识的直接授受，培养学生的道德认知。

（3）经济政治与社会（36学时，2学分）

经济政治与社会是中等职业学校学生必修的一门德育课。本课程以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，对学生进行马克思主义相关基本观点教育和我国社会主义经济、政治、文化与社会建设常识教育。其任务是使学生认同我国的经济、政治制度，了解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）哲学与人生（36学时，2学分）

哲学与人生是中等职业学校学生必修的一门德育课程。本课程以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，对学生进行马克思主义哲学基 本观点和方法及如何做人的教育。其任务是帮助学生学习运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法，正确看待自然、社会的发展，正确认识和处理人生发展中的基本问题，树立和追求崇高理想，逐步形成正确的世界观、人生观和价值观。

（5）语文(252学时，14学分)

本课程是电子商务专业必修的一门公共基础课程。在初中语文的基础上，进一步加强现代文和文言文阅读训练，提高学生阅读现代文和浅易文言文的能力；加强文学作品阅读教学，培养学生欣赏文学作品的能力；加强写作和口语交际训练，提高学生应用文写作能力和日常口语交际水平。通过课内外的教学活动，使学生进一步巩固和扩展必需的语文基础知识，养成自学和运用语文的良好习惯，接受优秀文化熏陶，形成高尚的审美情趣。

（6）数学(252学时，14学分)

本课程是电子商务专业必修的一门公共基础课程。在初中数学的基础上，进一步学习数学的基础知识。必学与限定选学内容:集合与逻辑用语、不等式、函数、指数函数与对数函数、任意角的三角函数、数列与数列极限、向量、复数、解析几何、立体几何、排列与组合、概率与统计初步。选学内容：极限与导数、导数的应用、积分及其应用、统计。通过教学，提高学生的数学素养，培养学生的基本运算、基本计算工具使用、空间想像、数形结合、思维和简单实际应用等能力，为学习专业课打下基础。

（7）英语(252学时，14学分)

本课程是电子商务专业必修的一门公共基础课程。在初中英语的基础上，巩固、扩展学生的基础词汇和基础语法；培养学生听、说、读、写的基本技能和运用英语进行交际的能力；使学生能听懂简单对话和短文，能围绕日常话题进行初步交际，能读懂简单应用文，能模拟套写语篇及简单应用文；提高学生自主学习和继续学习的能力，并为学习专门用途英语打下基础。

（8）体育与健康 (144学时，8学分)

本课程是电子商务专业必修的一门公共基础课程。在初中相关课程的基础上，进一步学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能,掌握科学锻炼和娱乐休闲的基本方法，养成自觉锻炼的习惯；培养自主锻炼、 自我保健、自我评价和自我调控的意识，全面提高身心素质和社会适应能力，为终身锻炼、继续学习与创业立业奠定基础。

（9）计算机应用基础(72学时，4学分)

本课程是电子商务专业必修的一门公共基础课程。在初中相关课程的基础上，进一步学习计算机的基础知识、常用操作系统的使用、文字处理软件的使用、计算机网络的基本操作和使用，掌握计算机操作的基本技能，具有文字处理能力，数据处理能力，信息获取、整理、加工能力，网上交互能力，为以后的学习和工作打下基础。

（10）艺术鉴赏（36学时，2学分）

本课程是电子商务专业必修的一门公共基础课程。通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生了解或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，培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品位和审美素养，培育学生职业素养，创新能力和合作意识。

2.专业基础必修课程（612学时，34学分）

（1）基本技能（126学时， 7学分）

本课程是电子商务专业必修的一门专业基础课程。学习点钞，使学生掌握单指单张、多指多张点钞方法，并达到一定的熟练程度，并能使用点钞机和零售业服务终端，能识别伪钞。

学习键盘录入的基本方法和简捷方法，学习与本专业有关的其他录入知识，毕业时最低达到普通三级水平，力争达到能手级水平。学习录入，使学生更加明确使用翰林提录入设备的方法和捷径，并及时解决设备使用过程中存在问题，鼓励学生提高录入技术技能水平。

（2）会计基础(144学时，8学分)

本课程是电子商务专业必修的一门专业基础课程。掌握会计的概念、职能、会计要素及会计等式；理解会计的对象、会计核算的基本前提与一般原则，会计要素的关系，会计核算形式的特点及其适应范围；掌握各种会计核算方法的概念、账户结构、借贷记账法、记账凭证的填制、会计账簿的登记、成本与费用概念、费用分配的基本方法、简要会计报表的编制和企业主要经济业务的账务处理等内容。了解会计的产生与发展、企业会计工作的组织、会计电算化管理、账户的分类等内容。

（3）国际贸易基础（72学时，4学分）

本课程是电子商务专业必修的一门专业基础课程。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。

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。

（4）市场营销基础（72学时，4学分）

市场营销基础是电子商务专业的一门专业基础课程。主要学习市场营销的基本理论、基本方法和基本技能。通过本课程的学习和训练，使学生能牢固树立“以消费者为中心”的市场营销观念，能够在实践中以市场为导向，进行市场细分、市场定位、产品开发、定价、分销、促销等营销活动。

（5）经济法基础（72学时，4学分）

经济法基础是电子商务专业的一门专业基础课程。主要学习经济法的相关概念、法规、理论、制度和规章程序。通过本课程的学习和训练，使学生了解经济法在社会主义市场经济建设中的地位和作用，熟悉商业法规的基本原理，具备运用经济法知识处理现实问题的能力，为学生今后工作，适应经济形势，增强实践能力和职业技能奠定基础。

（6）商品学（54学时，3学分）

商品学是电子商务专业的一门专业基础课程。主要学习各类商品基本知识、商品质量评价、商品分类、商品运输与包装等基本知识。通过本课程的学习和训练，使学生具备从事市场营销工作所必须具备的商品基本知识，比较全面地了解消费需求，组织适销对路的商品销售；能够科学地进行商品分类，恰当地评价商品质量，合理地进行商品包装和储运，为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础。

（7）销售心理学基础（72学时，4学分）

销售心理学基础是电子商务专业的一门专业基础课程。主要学习不同类型的消费者购买商品的心理及营销人员的不同销售技巧等知识与技能。通过本课程的学习和训练，使学生了解消费者购买商品的心理特征，学会观察消费者的心理表现，从而使学生通过分析消费者心理和购买行为，随机应变地采取营销策略。

3.专业技能方向必修课程（612学时，34学分）

（1）推销实务（90学时，5学分）

推销实务是电子商务专业一门技能方向课程，主要学习推销员与顾客分析、推销模式、推销的基本程序和方法等基本知识。通过本课程的学习和训练，使学生了解推销工作的基本理论知识，具备基本的推销实践技能，并形成一定的职业能力；具有吃苦耐劳的精神和立业创业的本领，为继续学习和从事营销相关工作打下基础。

（2）PS（162学时，9学分）

PS是电子商务专业的一门技能方向课程，主要学习Photoshop图像处理的基本知识与基本操作，包括编辑选区、创建图层、绘画编辑、图像修饰、通道与蒙板、路径应用、变换操作、滤镜效果、动画制作、网页图像制作等知识。

（3）收银实务（72学时，4学分）

本课程是电子商务专业必修的一门专业基础课程。本课程以国家收银员职业标准为基本依据，主要内容包括收银业务概述、收银岗位管理、收银基本技能、收银作业程序、收银业务操作、收银服务规范、收银相关业务处理、收银工作内部控制。教学中可以根据学生和学校教学的具体请况，结合收银职业岗位群的实际需要，选择与之对应的模块组织教学。

（4）物流技术与实务（72学时，4学分）

物流技术与实务是电子商务专业一门技能方向课程，主要学习配送中心选址的原则和依据、物流技术、物流成本管理、物流信息系统、配送渠道管理等基本知识和基本技能。通过本课程的学习和训练，使学生能够开展与企业物流配送、交通运输配送、配送中心的规划与管理等相关工作。

（5）店长岗位实训（72学时，4学分）

店长岗位实训是电子商务专业一门技能方向课程，主要学习商品布局与陈列、店铺日常经营管理、财务管理等基础知识。通过本课程的学习和训练，使学生了解店铺日常经营管理的知识，熟知店长岗位职责及业务流程，具备店面管理能力，能够为顾客提供优质的商品和服务。

（6）电子商务（72学时，4学分）

电子商务是电子商务专业一门技能方向课程，主要学习电子商务的流程与主要环节、电子商务的技术实现、电子商务安全保障体系、电子商务营销策略等基础知识。通过本课程的学习和训练，使学生能够对电子商务产生更为实际的感性认识，能对各行业电子商务的发展有一个比较全面的了解，能借鉴电子商务应用的成功经验，并运用到实际工作中去，为将来从事电子商务相关工作打下坚实的基础。

（7）沙盘模拟企业经营实训(108学时，6学分)

本课程是电子商务专业必修的一门专业基础课程。通过沙盘模拟训练，使受训者在分析市场、制定战略、营销策划、商品采购、财务管理等一系列活动中，参悟科学的管理规律，全面提升管理能力根据对企业战略分析规划、网络营销、财务管理知、采购管理、物流配送、仓储与库存管理的设计，做出正确的战略决策。

针对具体的教学内容和教学过程主要是采用游戏教学方式，把学生分成多个小组，每组5人，组成一家电子商务企业，学生分别担当不同的角色，有总裁CEO、营销总监CSO、财务总监CFO、运营总监COO、采购主管CPO等，连续经营数个会计年度，由于各组学生决策不一样，每年的经营结果也就不一样，有的企业越做越好，有的企业可能面临破产，老师根据学生经营的结果，每年进行点评和分析。

4.公共基础选修课程

（1）心理健康（18学时，1学分）

本课程是会计电算化专业的一门公共基础选修课程。通过学习了解自身的心理发展特点和规律，了解心理健康的标准，学习和掌握心理调节的方法，解决成长过程中遇到的各种心理问题，增强自我教育能力和职业心理调适能力，提高学生心理素质和职业素养，培养学生乐观积极的个性心理品质，提升心理素质，开发个体潜能，促进学生身心健康全面发展。

（2）礼仪（18学时，1学分）

本课程是会计电算化专业的一门公共基础选修课程。通过学习掌握现代礼仪规范，理解礼仪与公民道德建设、与个人素质的关系，掌握礼仪规范要求，并养成自觉习惯；能够运用礼仪知识有效地与工作对象沟通、交往，完成工作任务；提高学生外在形象素养，使学生的内在美与外在美达到有机的统一，增强职业竞争能力。

（3）就业与创业教育（18学时，1学分）

本课程是会计电算化专业的一门公共基础选修课程。通过学习掌握一定的就业与创业基本常识，养成符合职业需要的职业本质，树立正确而务实的职业理想；学会依据社会发展、职业需求确定适合于自己心理特点和能力范围的职业范畴，合理地设计职业目标、职业选择，采取一系列具有较强实际性和操作性的行动计划；加强提高自身全面素质、自主择业、立志创业的自觉性和主动性，为即将走向社会做好准备。

5.专业技能选修课程（72学时，4学分）

（1）经济应用文（18学时，1学分）

本课程是中职会计专业的一门专业技能课程。该课程特点是系统讲授各种日常生活中常用的公务文书、事务文书、商务文书及书信、法律文书等的写作要求。通过范文分析、习作讲评使学生对应用型文章写作有较深刻的领悟与理解，建立写作意识，适应未来社会的要求。

（2）企业文化（18学时，1学分）

本课程是中等职业教育会计专业的一门专业技能课程。该课程主要培养学生办理工商设立登记、税务登记、银行账户开立，会计制度设计等职业能力，使学生掌握企业设计过程中相关业务办理的流程及法规规定，能够进一步提升学生就业能力、创业能力、创新能力能力。

（3）商务礼仪（18学时，1学分）

本课程是中等职业教育电子商务专业的一门专业技能课程。它是介绍社交礼仪以及日常生活礼仪的一门基础应用性学科。该课程主要的教学任务是，通过教师的系统讲授、示范操作和训练，使学生掌握社交及日常生活礼仪的基本概念、常识、基本原理及方法技巧，为今后在工作中塑造良好形象、提高服务艺术奠定坚实的基础。

（4）口才与交流（18学时，1学分）

本课程是中等职业教育电子商务专业的一门专业技能选修课程。课程的主要内容包括口语表达理论，口语表达技巧，普通话，朗诵，演讲，论辩。通过教学，学习社交各技能的基本理论和基本技巧，着重提高学生的普通话水平和演讲说话能力。

6.教学实习（560学时，18学分）

7.毕业顶岗实习（700学时，23学分）

8.社会综合实践活动（105学时，3学分）

包括入学教育与军训、社会实践、毕业教育等，各1周，1学分。

**八、教学时间安排及学时建议**

1.教学时间安排表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 周 内容  数  学年 | 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 |
| 一 | 36 | 4 | 1 | 11 | 52 |
| 二 | 36 | 4 | 1 | 11 | 52 |
| 三 | 38（其中第五学期为跟岗实习18周，第六学期毕业顶岗实习20周） | 2 | 1 | 4 | 45 |

2. 授课计划安排建议

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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  （周学时/教学周数） | | | | | |
| 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 20 |
| 公共基础课程 | 必修课程 | 1 | 职业生涯规划 | 36 | 2 | 2 |  |  |  |  |  |
| 2 | 职业道德与法律 | 36 | 2 |  | 2 |  |  |  |  |
| 3 | 经济政治与社会 | 36 | 2 |  |  | 2 |  |  |  |
| 4 | 哲学与人生 | 36 | 2 |  |  |  | 2 |  |  |
| 5 | 语文 | 252 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 |  |  |
| 6 | 数学 | 252 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 |  |  |
| 7 | 英语 | 252 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 |  |  |
| 8 | 体育与健康 | 144 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |  |
| 7 | 计算机应用基础 | 72 | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  |
| 8 | 艺术鉴赏 | 36 | 2 | 1 | 1 |  |  |  |  |
| 小计（占总学时比例30%） | | 1152 | 64 |  |  |  |  |  |  |
| 选修课程 | 1 | 心理健康 | 18 | 1 |  |  | 1 |  |  |  |
| 2 | 礼仪 | 18 | 1 |  |  |  | 1 |  |  |
| 3 | 创业教育 | 18 | 1 |  |  |  | 1 |  |  |
| 小计（占总学时比例2%） | | 54 | 3 |  |  |  |  |  |  |
| 专业技能课程 | 专业基础课程 | 1 | 基本技能 | 126 | 7 | 4 | 3 |  |  |  |  |
| 2 | 会计基础 | 144 | 8 | 8 |  |  |  |  |  |
| 3 | 国际贸易基础 | 72 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |
| 4 | 市场营销基础 | 72 | 4 |  | 4 |  |  |  |  |
| 5 | 经济法基础 | 72 | 4 |  | 4 |  |  |  |  |
| 6 | 商品学 | 54 | 3 |  |  | 3 |  |  |  |
| 7 | 销售心理学 | 72 | 4 |  |  | 4 |  |  |  |
| 小计（占总学时比例16%） | | 612 | 34 |  |  |  |  |  |  |
| 专业方向课程 | 1 | 推销实务 | 90 | 5 |  |  | 4 |  |  |  |
| 2 | ps | 162 | 9 |  | 5 | 4 |  |  |  |
| 3 | 收银实务 | 72 | 4 |  |  |  | 4 |  |  |
| 4 | 物流技术与实务 | 72 | 4 |  |  |  | 4 |  |  |
| 5 | 店长岗位实训 | 72 | 4 |  |  |  | 4 |  |  |
| 6 | 电子商务 | 72 | 4 |  |  | 4 |  |  |  |
| 7 | 沙盘模拟企业经营实训 | 108 | 6 |  |  |  | 6 |  |  |
| 小计（占总学时比例17%） | | 630 | 35 |  |  |  |  |  |  |
| 教学实习（占总学时比例15%） | | | 560 | 18 |  |  |  |  | 560 |  |
| 毕业顶岗实习（占总学时比例18%） | | | 700 | 23 |  |  |  |  |  | 700 |
| 选修课程 | 1 | 经济应用文写 | 18 | 1 |  |  | 1 |  |  |  |
| 2 | 企业文化 | 18 | 1 |  |  |  | 1 |  |  |
| 3 | 商务礼仪 | 18 | 1 |  |  | 1 |  |  |  |
| 4 | 口才与交流 | 18 | 1 |  |  |  | 1 |  |  |
| 小计（占总学时比例2%） | | 72 | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 社会综合实践活动 | | 1 | 入学教育与军训 | 35 | 1 | 1周 |  |  |  |  |  |
| 2 | 社会实践 | 35 | 1 |  |  |  |  | 1周 |  |
| 3 | 毕业教育 | 35 | 1 |  |  |  |  | 1周 |  |
| 小计 | | 105 | 3 |  |  |  |  |  |  |
| 周学时及学分合计 | | | |  | 184 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| 总学时 | | | | 3850 | | | | | | | |

**九、实施保障**

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

（1）队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于25:1，双师素质教师占专业教师比一般不低于60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

（2）专任教师

具有中职以上教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；

（3）专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

（1）专业教室基本要求

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或WiFi环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

（2）校内实训室基本要求

电子商务基本技能实训室配备实训工作台、计算机(安装教学管理系统)、投影设备和音响设备、书写纸、文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入或WiFi环境。支持分班进行电子商务实训、网络营销实训、ps处理、网络文案撰写等基本技能实训。

电子商务岗位实训室营造仿真企业电子商务工作环境，配备隔断式工位台、计算机（安装教学管理系统以及相关实训系统）等设备；文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入或WiFi环境。支持电子商务实训和信息化实训。

电子商务实训室配置实训工作台，计算机（安装教学管理系统以及电子商务综合实训软件）、投影设备和音响设备；文件柜以及相关实训用资料和工具；互联网接入或WiFi环境。支持图片和视频处理、市场营销策划、渠道营销、客户关系管理、网络营销等专业课程实训。

（2）校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够提供开展电子商务专业相关实训活动，实训设施，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。能提供电商专员、电商运营、网络营销等相关实习岗位；能涵盖当前电子商务专业的主流实务，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。 具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

教材选用基本要求 按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

图书文献配备基本要求 图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关财会专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书。

数字教学资源配备基本要求 建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

围绕“理论够用，重在实践”的技能人才培养目标需要，在教学过程中，重视电子商务专业人才培养方案

加强对学生实际职业能力的培养，强化案例教学或项目教学，注重以任务引领型案例或项目诱发学生兴趣，使学生在项目活动中掌握相关的知识和技能，提高应用能力。

以学生为本，注重“教”与“学”的互动。在教学中采用讲授法、案例法、讨论法相结合的方法，着重在学生操作和应用能力的培养上。通过案例和课堂讨论，提高学生的动手能力和分析能力，培养团队合作意识。在教学中力求兼顾基础理论、方法技术与实际应用三个方面，既注重通过系统的理论教学培养学生的专业素养，更注重较多的案例分析。

注重职业情景的创设，提高学生岗位适应能力，积极开展第二课堂教学。利用第二课堂组织和引导学生进行社会调查和实践。

（五）学习评价

过程与目标结合评价，结合课堂提问、现场操作、课后作业、模块考核等手段，加强实践性教学环节的考核，并注重平时采分。

强调理论与实践一体化评价，注重引导学生进行学习方式的改变。

强调课程结束后综合评价，结合真实产品，充分发挥学生的主动性和创造力，注重考核学生所拥有的综合职业能力及水平。

建议在教学中分任务模块评分，课程结束时进行综合模块考核。

（六）质量管理

学校应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

学校应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组，定期开展公开课、示范课、262高效课堂等教研活动。

学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

**十、毕业要求**

学生经过3年专业培养和训练，使学生能够熟练应用基本理论与方法，深入掌握专业技能，具有较强的分析和解决电子商务以及相关领域实际问题的能力。知识领域应能达到的具体要求如下：

1.掌握基础的通识知识，具备正确的世界观、人生观和价值观，掌握法学专业的基本理论和基本知识，具有合格的法律职业素养，有敬业品质、团队合作意识和务实创新精神；

2.掌握良好的的思维方法和研究方法，掌握基本理论与基本知识，了解理论前沿和法治建设的趋势，熟悉我国法律和党的相关政策，具有运用法学知识认识问题和处理问题的能力，掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究和实际工作的能力；

3.掌握一定的人文社会科学和自然科学基本知识，具有良好的语言文字表达能力、口头表达能力和计算机应用能力，能够熟练掌握一门外语；

4.达到国家规定的大学生体育锻炼合格标准，具备健全的心理、健康的体魄和良好的社会适应能力；

5.具备一定的就业技能，了解就业、创业的基本知识，具备推销实务、商务谈判、市场营销策划、广告、渠道营销、客户关系管理、销售人员财会知识、网络营销等核心能力需求和从事其它领域专业工作的就业能力和创业能力。

# **《基本技能》标准**

**一、课程性质与任务**

本课程是中等职业教育电子商务专业的一门专业基础课程。它的任务是使学生能根据财经法规和会计职业道德的要求，规范、熟练、美观地书写数码字；熟练地运用珠算技术进行日常的基本计算；能熟练点钞、验钞；熟练掌握传票和账表运算技术。

**二、课程教学目标**

**（一）知识目标**

1.会计数字的规范书写，明确中文大写数字书写的有关规定，掌握有关票据的填写。

2.掌握算盘进行加、减、乘、除运算的方法和技巧。

3.掌握手工点钞法、机器点钞法及捆扎和人民币真伪鉴别的基本方法。

4.掌握传票和账表运算技能，熟练使用计算器、技能训练机、计算机、算盘完成传票和账表运算。

**（二）能力目标**

1.能进行规范的会计数字书写，正确完成大小写的转换，会填写会计票据。

2.能熟练地使用手工、机器两种方法正确清点钞票并规范捆扎。

3.能进行钞票的真伪鉴别。

4.能熟练使用算盘、计算器、技能训练机、计算机进行传票和账表运算。

**（三）素质目标**

1.具备认真、细致、严谨的工作态度和敬业精神。

2.具有坚强的意志和持之以恒的精神。

3.具有团队合作精神和良好的沟通协调能力。

**三、参考学时**

126学时

**四、课程学分**

7学分

1. **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  学时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 会计数字书写技能 | 熟悉阿拉伯数字及中文大写数字书写的有关规定；掌握账表凭证上会计数字的正确书写及错误更正方法；掌握阿拉伯数字与中文大写数字的转换方法；能正确填写会计票据 | 组织学生认数与读数；按要求在标准账页上抄写给定内容；练习小写金额与大写金额之间的转换；分组开展账簿书写竞赛，借助投影仪等教学设备进行展示并评比；仿真会计票据的填写练习；制定相应的技能要求，进行测试 | 30 |
| 2 | 珠算技能 | 了解珠算的起源与发展、算盘的结构和种类；掌握正确的拨珠指法；掌握传统的加减法口诀；掌握珠算乘法运算的方法；掌握珠算除法运算的方法；熟练运用珠算进行加、减、乘、除运算；了解简易心算的方法 | 指法训练可采用指法操、打百子、625连加、16835连加等方法；珠算运算可采用计时练习、分组比赛练习、珠算等级模拟鉴定练习；制定切实可行、符合实际的短期和长期的训练计划，基本功训练要有灵活性、趣味性；训练要严格要求，并同比赛、鉴定结合起来 | 48 |
| 3 | 点钞与验钞技能 | 了解点钞的基本工序和基本要求；掌握手工点钞的各种方法及机器点钞方法；掌握钞票的整理与捆扎方法；了解假币的种类及特征；掌握验钞的主要方法；掌握人民币防伪特征及残损人民币的挑剔与兑换 | 要求学生准备好练钞券、扎条、沾水盒、印章等用具；观看点钞比赛视频，激发学生的点钞热情；手持式、手按式点钞训练；在训练过程中可引入竞赛，激发学生练习的热情，从而达到良好的练习效果；分小组进行机器点钞练习 | 24 |
| 4 | 传票和账表运算技能 | 了解传票算与账表算的基本知识；掌握传票算的基本功和计算方法；掌握使用计算器进行传票算与账表算的方法；掌握使用计算机进行传票算与账表算的方法；掌握技能训练机进行传票与账表运算的方法；掌握使用算盘进行传票算与账表算的方法 | 传票的整理、找页、翻页与记页练习；计算器使用及指法指导、训练；计算机数字小键盘指法指导、训练；技能训练机的使用方法演示，指导学生熟悉技能训练机的使用；在训练过程中引入竞争机制，通过证书、荣誉榜、语言鼓励等方式来激发学生训练的积极性 | 24 |
| 合计 | | | | 126 |

**六、教学建议**

**（一）教学方法**

1.情景教学法

通过教师的组织、学生的演练，在仿真、愉悦宽松的场景中达到教学目标，既能让学生掌握会计基本技能，又能活跃教学气氛，提高教学的感染力。学生们通过亲自动手操作，能取得很好的教学效果。

2.项目教学法

一是学生在教师的指导下亲自进行基本操作，在这一过程中学习掌握教学计划内的教学内容。二是让学生独立组织、安排学习行为，解决在处理会计问题中遇到的困难，能提高学生的兴趣，调动学生学习的积极性。

3.模拟教学法

仿真化的实训室布局和职业岗位设置，让学生犹如置身于某个企业的财务和业务部门办公室。教学所用的各类账本、单证、印章等资料，全部按企业会计岗位实际工作所需配备。

**（二）评价方法**

对于各项基本技能的考核评价，可采取阶段评价和目标评价相结合，以实践考核为主，注重正确性、规范性的评价，在此基础上，兼顾熟练程度、外表形态等方面的综合评价。国家相关部门、行业协会已出台相应技能等级鉴定办法，按照该办法鉴定学生的基本技能水平，评价实训成绩。

**（三）教学条件**

1.具有会计基本技能实训室。

2.有一支“双师”结构合理的专兼结合教学团队。

3.具有以下实训工具设备和耗材：足够数量点钞机、点钞纸、捆扎条等点钞所需的用具；足够数量的算盘、计算器、技能训练机、计算机设备及相应的训练资料，如传票、账表等；会计数字书写练习所需的练习纸、模拟票据及相应文具；电子收银机设备及流程练习所需商品；数字录入练习软件；实训室应配备相应的操作流程、技能标准。

**（四）教材编选**

教材编写应以本课程标准为基本依据，合理安排必修和选修内容，可根据不同专业方向或学时安排编写相应教材。教材内容应体现以就业为导向，以学生为本的原则，将知识与生活生产中的实际应用相结合。

**《会计基础》标准**

**一、课程性质与任务**

本课程是中等职业教育电子商务专业的一门专业基础课程。其功能是使学生掌握会计的基本原理、基本方法和基本程序，具备企业主要经济业务的核算、凭证编制、账簿登记、结账、财产清查和财务会计报告编制的能力。本课程在专业课程体系中处于基础地位，对后续专业课程学习起支撑与奠基作用。

**二、课程教学目标**

**（一）知识目标**

1．了解会计的基本概念。

2．理解复式记账与借贷记账法。

3．掌握填制会计凭证、登记会计账簿以及编制简要会计报表的方法。

4．掌握基本经济业务的核算方法。

5．掌握财产清查方法。

6．熟悉基本的会计账务处理程序。

**（二）能力目标**

1．能运用借贷记账法分析基本的经济业务并编制会计分录。

2．能正确填制和审核会计凭证。

3．能根据会计凭证正确登记账簿并掌握错账的查找及更正方法。

4．能编制简要的财务会计报表。

5．能够掌握基本的会计账务处理程序和技能。

6．具有更新知识的自学能力以及适应会计改革发展需要的能力。

**（三）素质目标**

1．了解财务、会计基本法规制度，树立法制观念。

2．具有严谨细致、实事求是的工作作风以及良好的敬业精神。

3．具有团队合作意识和良好的沟通能力。

4．树立良好的会计职业道德观念。

**三、参考学时**

144学时

**四、课程学分**

8学分

1. **课程内容和要求**

| 序号 | 教学  项目 | 教学内容 | 活动设计建议 | 参考  学时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 认识会计与会计职业 | 熟悉会计的概念、基本职能、任务及特点；掌握企业的经济活动、资金周转循环、经济业务；了解会计对象、会计基本假设、会计基础；了解会计职业、会计人员应具备的基本素质；了解会计基本法律法规 | 组织学生实地参观企业或观看介绍企业供产销场景、企业会计工作场景的录像、网络视频、图片；通过典型案例让学生感受会计法律法规的重要性，培养学生遵纪守法意识 | 10 |
| 2 | 设置会计科目和账户 | 熟悉会计要素的概念及内容；了解会计核算方法体系；熟悉会计要素相互关系及会计等式；学会分析不同经济业务类型对会计要素的影响；熟悉会计科目的概念与分类、账户的概念与结构；掌握会计科目与账户的区别与联系 | 提供不同经济业务，让学生判断业务发生导致企业资产与权益增减变动及结果，以验证会计等式；引导学生列示并理解会计科目与账户的异同点；通过案例分析让学生对所学内容进行归纳、对比与总结 | 16 |
| 3 | 借贷记账法的应用 | 熟悉借贷记账法的概念、特点及运用；了解平行登记；熟悉主要经济业务核算过程中相关账户的用途与结构；掌握主要业务核算内容及方法；熟悉成本计算的概念、成本与费用的区别与联系；会物资采购成本、产品生产成本、产品销售成本的计算 | 通过多媒体课件，模拟演示总分类账户与明细分类账户的平行登记方法；提供主要业务资料，指导学生编制会计分录 | 36 |
| 4 | 填制和审核会计凭证 | 了解原始凭证的概念、种类及内容；掌握原始凭证的填制与审核方法；了解记账凭证的概念、种类及内容；掌握记账凭证的填制与审核方法；掌握会计凭证的传递、装订与保管方法；进行会计凭证填制、审核实训 | 向学生展示原始凭证和收、付、转记账凭证和通用记账凭证；通过多媒体手段演示会计凭证的装订方法，指导学生进行装订练习；提供经济业务资料，指导学生自行判断、选取相应凭证进行相关处理 | 14 |
| 5 | 会计  账簿 | 了解会计账簿的概念和种类；掌握会计账簿的设置及使用方法；掌握错账查找与更正方法；熟悉对账的基本内容；掌握结账方法 | 向学生展示各类会计账簿向学生展示会计账簿使用登记表，通过多媒体或手工演示具体账簿登记规则、错账更正、指导学生进行对账与结账练习；提供经济业务资料，指导学生自行判断、选取相应账簿进行相关处理 | 14 |
| 6 | 财产  清查 | 了解财产清查的概念、种类、范围；了解财产清查的盘存制度；掌握财产清查的方法；熟悉财产清查结果的处理程序；掌握财产清查结果的处理方法；进行财产清查实训 | 提供实物盘存资料和空白盘存单，指导学生填制盘存单；提供银行对账单和银行存款日记账资料，指导学生逐笔勾对，查找未达账项，并编制银行存款余额调节表；提供原材料盘盈和盘亏的相关资料，指导学生编制财产清查会计分录；提供经济业务资料，指导学生自行判断、选取适当方法进行财产清查并进行相关处理 | 10 |
| 7 | 财务处理程序 | 了解账务处理程序的概念与选择；熟悉各账务处理程序的种类、特点、优缺点及适应范围；掌握记账凭证账务处理程序及相应账务处理方法；掌握科目汇总表账务处理程序及相应账务处理方法；掌握汇总记账凭证账务处理程序及相应账务处理方法；进行账务处理程序应用实训 | 给出案例资料，以多媒体演示并指导学生根据记账凭证账务处理程序要求，进行相应的账务处理；给出案例资料，指导学生编制科目汇总表；给出案例资料，指导学生编制汇总记账凭证；提供经济业务资料，指导学生分别按照相关账务处理程序要求进行相应账务处理，最后进行归纳总结 | 26 |
| 8 | 编制财务会计报告 | 了解财务会计报告的概念、作用、种类及编制要求；熟悉资产负债表的结构，掌握资产负债表的编制方法；熟悉利润表的结构，掌握利润表的编制方法；了解财务会计报告的报送、审批和汇总；进行财务报告编制实训 | 向学生展示各类会计报表；提供资产负债表，使学生了解资产负债表的内容、结构、作用和编制原理，指导学生初步掌握资产负债表的编制方法；提供利润表，使学生了解利润表的内容、结构、作用和编制原理，指导学生初步掌握利润表的编制方法；提供相关案例与数据，指导学生独立编制简单的资产负债表和利润表 | 14 |
| 9 | 会计  档案 | 了解会计档案的概念；熟悉会计档案的内容，掌握对会计档案的保管期限、查阅和复制、销毁方法；掌握会计档案的整理装订及保管方法；掌握会计档案的销毁方法；进行会计档案整理装订实训 | 提供各类会计档案，指导学生进行装订、立卷、归档、保管等训练 | 4 |
| 合计 | | | | 144 |

**六、教学建议**

**（一）教学方法**

1.课堂讲授法

课堂讲授法是传统的教学方法，作为对会计基本理论、基本方法、基本技能的传授方式，课堂讲授起着不可替代的作用。特别是对于重点难点的教学内容，只有通过任课教师举例、比较、说明、解释、归纳等讲授方式，学生才能系统、全面、深刻地理解每个教学项目的整体结构、相关要点等。

2.案例教学法

教学案例包括用于会计业务指引的实用案例、违法处理的警示案例。其中会计业务指引案例是教学中最常用的案例。通过案例演示能够较好地引导课程内容的展开，激发学生的学习兴趣，提高学生的学习积极性；通过案例分析能够较好地促进学生的思考，加深对课程的理解；通过违法案例的警示作用，能够较好地提升学生的专业意识和职业道德。

3.角色扮演法

通过让学生扮演不同的会计岗位角色来加深学生对会计职业、会计岗位的体验和认识。通过相互间的业务往来模拟训练，让学生掌握各岗位在实际工作中的分工及衔接，会计部门和相关业务部门业务关系、内部牵制及沟通协调。既激发学生浓厚的学习兴趣，又让学生通过角色体验加深了对未来所从事岗位的理解。

4.模拟教学法

仿真化的实训室布局和职业岗位设置，让学生犹如置身于某个企业的财务和业务部门办公室。教学所用的各类账本、单证、印章等资料，全部按企业会计岗位实际工作所需配备。

**（二）评价方法**

本课程的考核分为过程考核成绩和结果考核成绩两部分，其中过程考核成绩占总成绩的50%，结果考核成绩占总成绩的50%。过程考核成绩主要根据平时作业、课堂抽查和学习态度等方面进行评价，其中学习态度根据平时作业上交的及时性、独立性与正确性、考勤情况和课堂纪律等方面进行综合评分；结果考核成绩是期末知识综合性鉴定成绩，由教师采取闭卷笔试的方式进行考核。

**（三）教学条件**

应尽可能多地进行理实一体化的教学，让学生在实际或接近实际的会计工作环境中学习。要重视现代教育技术与课程的整合，充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势，提高教学的效率和效果，以利于创建符合个性化学习及加强实践技能培养的教学环境，推动教学模式和教学方法的改革。

**（四）教材编选**

教材编写应以本课程标准为基本依据，对接会计从业资格考试，合理安排教材内容，教材应充分体现工作过程导向的课程设计思想，教材应采用实物账、证、表等多种表现形式，应突出实用性，将会计基础知识与生活中的实际应用结合。教材应以学生为本，文字表达要简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点，注重提高学生学习的主动性和积极性。

**《国际贸易基础》课程标准**

**一、课程性质与任务**

国际贸易基础课程是中职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**

（一）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。

（二）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。

（三）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。

（四）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力；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 | 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 | 能收集资料完成国际市场调研工作；能撰写调研报告 | 8 |
| 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 | 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 | 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 |
| 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 | 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 | 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 | 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 | 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合约》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 | 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 |
| 合计 | | | | 72 |

**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、解决问题的能力和实际操作能力。

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。

**《市场营销基础》课程标准**

**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**

（一）知识目标

1.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；

2.熟悉产品所面临的宏观环境、微观环境；

3.分析消费者需求、进行市场定位、做出战略决策；

4.理解整体产品理论及品牌知识；

5.掌握产品生命周期理论；

6.熟悉客户沟通、服务和关系管理方面知识；

7.营销组合策划及组织实施；

8.制定年度营销计划。

（二）能力目标

1.能分析指定产品所面临的宏观环境、微观环境；

2.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；

3.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；

4.能针对不同的产品生命周期调整产品策略；

5.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；

6.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。

（三）素质目标

1.具备可持续发展的学习与适应能力；

2.具备良好的职业素养（职业道德、职业习惯、职业素质）；

3.具备强烈商业信誉观；

4.具备较强的专业技能；

5.具备良好的沟通、协调能力；

6.具备良好的团队协作意识。

三、参考学时

72学时

**四、课程学分**

4学分

1. **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 | 4 |
| 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 | 14 |
| 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 | 10 |
| 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 | 10 |
| 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 | 14 |
| 合计 | | | | 72 |

**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、案例教学资源和多媒体教学环境。

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。

**《经济法基础》课程标准**

**一、课程性质与任务**

本课程介绍了经济法的基本理论，系统而又突出重点地论述了我国现行的的经济法律、法规，在内容上反映了我国经济法制建设和经济法领域的新成果，并在此基础上合理安排课程结构、体例，以适合实际教学需要。

**二、课程教学目标**

1．知识目标

了解经济法律关系及其三要素；掌握公司和合伙企业设立的条件、程序、组织机构等法律制度；了解合同的基本法律制度，掌握企业采购和销售等合同的基本条款、合同签订的程序、合同的效力、合同的履行、合同的担保及违反合同的法律责任；掌握各种不正当竞争行为的类型及法律责任和产品质量责任的构成要件；掌握专利权的授予条件和商标的构成条件；掌握劳动基准法律制度及劳动合同的签订、履行、解除和终止等法律规定，掌握劳动争议的仲裁与诉讼等处理方式；掌握经济纠纷调解、仲裁和诉讼的基本法律制度等。

1. 能力目标

能够运用公司、企业的法律制度知识，协助解决公司、企业在设立、内部机构组建及其运行中的法律事务问题；能够运用合同法律知识解决采购、销售等合同订立、履行过程中相关法律事务以及合同管辖地约定等合同风险防控问题；能够运用市场运行相关法律制度协助处理企业经济活动中不正当竞争行为和产品质量责任等现实问题；能够运用专利法、商标法的知识协助处理企业专利、商标事务相关问题；具有协助处理企业经济法律纠纷的能力等。

1. 素养目标

培养学生的法律意识和法律思维；形成处理经济纠纷的法律职业素养；形成从事经济法律事务所需要的职业敏感性。

**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 | 教学内容 | 选择方案 | 学习要求 | 参考学时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 经济法学习入门知识 | 认识社会规范在定分止争中的作用。学生通过模拟案例的分析和在同学和附近社区中进行的社会调查，认识到法律在社会规范的地位和作用 | 要求学生了解民法的一些基本概念以及经济法的产生与发展、地位与作用，经济法律责任等基础理论，为以后各章的学习打下良好的基础 | 10 |
| 2 | 公司法 | 公司章程的制定。教师利用多媒体展示案例，要求学生对公司章程的草案进行发表意见，每人写出一份意见书 | 通过本章的学习，掌握有限责任公司、股份有限公司的设立和组织机构，股份的发行和转让，公司债券的发行和转让以及公司财务 | 8 |
| 3 | 市场经济管理法以合同法为龙头 | 项目任务：合同的文本制作。  要求学生按照学习小组为单位，完成合同文本的制作 | 了解合同立法概况，理解并掌握合同从订立到履行直至终止全过程的基本制度 | 10 |
| 4 | 工业产权 | 学生以案例分析法，解决教学情境中展示的案例中涉及的商标的组成、商标权的法律保护、侵犯商标权的行为，商标侵权案件中的法律事务 | 重点掌握商标权、专利权取得的条件，申请程序，权利内容与权利保护的有关规定，并能运用所学知识分析解决实践中的有关具体问题 | 12 |
| 5 | 反不正当竞争法 | 项目任务：经营活动中发生不正当竞争的处理 | 掌握不正当竟争的具体表现及不正当竟争行为的法律责任，并能够运用法律武器和不正当竟争行为作斗争 | 8 |
| 6 | 房地产管理法 | 以律师的身份对商品房预售合同进行合同审查 | 掌握房地产的概念，房地产转让，土地使用权出让、划拨，房地产开发、交易的有关法律规定，并能够运用有关法律知识解决实际问题 | 8 |
| 7 | 金融法 | 认识商业银行的法律地位。学生以法律服务志愿者的身份，到社区进行社会调查 | 掌握中央银行、商业银行的法律地位、组织形式、业务范围、监督管理及法律责任，外汇管理体制及管理方式，汇票、本票、支票的基本理论 | 10 |
| 8 | 经济纠纷的处理 | 对经济诉讼的体验。教师联系基层法院，带领学生旁听合同争议案件的开庭审理，增加亲身感受 | 通过本章的学习，学生初步了解我国经济仲裁的方式和步骤 | 6 |
| 合计 | | | | 72 |

**六、教学建议**

1.教学方法

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

本课程考核主要包括教学过程中的形成性考核和期末终结性考试两种方式：

第一种方式：形成性考核。通过形成性考核一方面可以加强对学生学习的引导，引导学生按照教学要求和自主学习计划完成学习任务，达到掌握知识、提高能力的目标，实现教学目标。另一方面可以对学生平时自主学习过程监督。

第二种方式：终结性考试。这种考试形式更多注重对学生学习能力与综合效果的评测。

分值及要求；（1）形成性考核 （20%）形成性考核以百分制计算，占总成绩的20%，以平时作业的形式进行。平时作业限时完成。成绩由授课教师评阅并记录。形成性考核不及格，不得参加期末考试（终结性考核）。（ 2）终结性考核（80%）终结性考核即期末考试，占总成绩的80%。

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

选用教材：《经济法》韦静主编，南开大学出版社，2015年8月第一版2018年第二版。

# **《商品学》课程标准**

**一、课程性质与任务**

本课程是电子商务专业的专业基础课程，通过本课程的教学，使学生熟悉商品品种、商品质量特性与要求、商品质量管理、商品标准与认证、商品质量变化、商品检验与分级、商品包装、商品养护、商品分类管理等相关理论基础知识，并培养学生鉴别商品、保养维护商品、分类管理商品的能力。

**二、课程教学目标**

通过任务驱动型的项目活动，使学生熟悉商品的相关理论知识，掌握商品质量鉴别、养护及管理的相关技能，同时培养学生的质量意识、诚信意识、安全意识及分析解决问题的能力。

（一）知识目标 

1.了解商品学的研究内容及其商品学的研究方法。 

2.了解质量与商品质量的内涵。

3.了解商品质量标准及认证的相关知识。

4.理解商品的质量特性、一般质量要求。

5.理解决定和影响商品质量的主要因素。

6.理解商品品种的相关知识。

7.熟悉商品的质量变化及影响因素。 

8.熟悉商品常用的分类标志及常见的分类方法。

9.熟悉商品的包装材料、包装技术。

10.熟悉商品检验的方法。

11.熟悉商品常用的养护技术。

12.熟悉商品编码及目录。

（二）能力目标 

1.能鉴别商品的质量，并准确的对商品进行验收。

2.能对商品进行科学的分类管理。

3.能合理的选择与使用包装材料及包装技术。 

4.能科学的对商品进行养护。

5.能适当的对商品进行编码及形成目录。

（三）素质目标

1.具备一定的诚信意识、质量意识、安全意识。

2.养成自主学习的习惯，具备良好的学习能力。

3.具备良好的协作能力、沟通能力、分析与解决问题的能力。

**三、参考学时**

54学时。

**四、课程学分**

3学分。

**五、教学内容与要求**

为充分调动学生学习的积极性和主动性，以达到理论联系实际、强化技能训练的目的，教学设计紧密联系生活，体现项目导向、任务驱动及理实一体，并灵活运用多种教学方法。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 活动设计建议 | 参考学时 |
| 1 | 认知商品及商品学 | 理解商品的内涵，了解商品学的研究内容、研究方法及意义 | 讲述法、案例分析法、讨论法 | 2 |
| 2 | 商品品种 | 理解商品品种内涵，能识别不同的商品品种、建立品种意识 | 多媒体、实物、超市考察、案例法、讨论法、讲授法 | 2 |
| 3 | 商品的质量特性与要求 | 理解解商品的质量特性与质量要求的不同含义，能判断商品的质量特性，能识读商品的质量要求，建立质量意识 | 实物、案例法、讨论法、讲授法 | 3 |
| 4 | 商品质量管理 | 理解商品全面质量管理的含义，熟悉PDCA环 | 案例法、讲授法、讨论法 | 2 |
| 5 | 商品标准与认证 | 了解商品的标准及认证的含义、意义；熟悉标准的不同级别；熟悉认证的类别及不同的认证标志。能识别不同的标准级别及认证标志。建立质量意识 | 多媒体、实物、案例法、讨论法、讲授法 | 3 |
| 6 | 商品质量变化 | 熟悉商品常见的质量变化，了解引起质量变化的原因。能判断不同商品的质量变化。建立质量保护意识 | 多媒体、实物、案例法、讨论法、讲授法 | 5 |
| 7 | 商品检验与分级 | 熟悉商品质量的检验方法及商品质量分级。能选择商品合适的检验方法，能判断商品的品级 | 多媒体、实验、实物、案例法、讨论法、讲授法 | 5 |
| 8 | 商品包装 | 熟悉商品各种包装材料的特点，熟悉商品各种包装技法，  熟悉运输包装与销售包装标识的特点与内容。能选择使用合适的包装材料和技术，能识读不同的包装标志 | 多媒体、实物、案例法、讨论法、讲授法 | 5 |
| 9 | 商品养护 | 了解商品养护的含义与意义，熟悉常用的养护技术。能选择使用合适的养护技术。建立商品质量保护意识 | 多媒体、实物、案例法、讨论法、讲授法 | 6 |
| 10 | 商品分类管理 | 了解常用的分类标志，熟悉常用的商品分类及商品编码的方法，了解商品的目录。能科学的对商品进行分类管理。建立质量安全意识 | 超市参观考察、多媒体、实物、案例法、讨论法、讲授法 | 5 |
| 11 | 典型大类商品 | 结合区域经济特色学习包括普通商品、特殊商品的基本知识和储运措施。能鉴别不同商品的质量，能根据不同商品的特点进行养护和分类管理 | 企业考察、多媒体、实物、案例法、讨论法、讲授法 | 16 |
| 合计 | | | | 54 |

**六、教学建议**

（一）教学方法

灵活运用多媒体、实物、调查等多种教学手段及案例法、小组讨论法、任务驱动法等多种教学方法，使学生将理论知识和生活实际紧密联系起来，激发学生学习的兴趣，充分发挥学生学习的主体性，提高运用理论知识解决实际问题的能力。

1.多媒体、实物、调查等教学手段的运用

我们的生活离不开商品，我们身边就有丰富的《商品学》教学资源。在教学中，可以通过多媒体、实物、调查等多种手段，充分挖掘身边的案例、实物、网络及各类媒体等各种资源，使学生直观的认识和理解相对抽象的理论知识并能灵活的运用到生活中去。

2.案例、小组讨论、任务驱动、角色互换等教学方法的运用

充分利用《商品学》课程紧密联系生活这一优势，通过任务驱动学生分组讨论、自主寻找案例，使学生能利用生活中的实际理解抽象的理论知识，并用理论知识解决实际的问题，进而对理论进行提炼和总结。通过多种方法的运用，变学生被动学习为主动学习，提高学习的挑战性和兴趣。

（二）考核与评价

改革传统的考核方式，采取过程考核与期末考核相结合的方式，并合理应用学生自评与互评，注重学生对理论知识综合应用能力的考核，进而调动学生学习的积极性与主动性。

（三）教学条件

为提高本课程的教学质量，利用本课程贴近生活这一特点，充分挖掘生活中如实物、新闻、商品质量监督及其他相关网站等教学资源，为本门课程教学尽可能的创造资源条件。建设多媒体教室及实验实训室，使课程的教学更加生动形象，实现教学做一体，提高学生的学习兴趣及学习效果。

（四）教材编写

教材结合专业岗位的需求，以“必需、实用”为原则选取教学内容。内容的组织遵循中职学生的认知规律，丰富案例、图片，降低学生的学习难度并提高学生学习的积极性。

1.本课程的教材必须依据本课程标准进行编写。

2.体现模块化、项目引领、任务驱动的设计思想 。将学习内容分解成若干典型的工作任务和项目，按任务需要引入必须的理论知识，强调理论在实践过程中的应用。

3.教材配备丰富的案例及图片，教材中的实践活动设计要具有可操作性，进而提高学生的学习兴趣，利于学生对知识的理解和应用。

4.教材内容体现先进性、通用性、实用性，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

5.教材表达必须精炼、准确、科学。

**《销售心理学》课程标准**

**一、课程性质与任务**

本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 | 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；学生独立完成任务 | 10 |
| 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 |
| 合计 | | | | 72 |

**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，积极自主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《销售心理学》，是全国高职高专教育“十一五”规划教材。

**《推销实务》课程标准**

**一、课程性质与任务**

本课程是我院市场营销专业必修的职业能力核心课程，在市场营销专业课程体系中占有重要的位置。本课程的先修课程有：《经济法基础》、《营销职业认知》、《商务礼仪》、《管理学基础》；同步课程有《消费者行为分析》、《广告基础》、《零售经营实务》、《市场调查与预测》；后续课程有：《营销策划》、《营销战略管理》、《职业素质拓展训练等》。通过本课程的学习，学生能达到具有市场调查和推销产品的能力，并符合营销员职业资格对营销技能的要求。

**二、课程教学目标**

1.知识目标

（1）熟悉推销员的礼仪规范、推销拜访需要准备的内容；

（2）熟悉推销的基本模式；

（3）掌握推销的工作流程；

（4）掌握寻找客户和约见客户的各种方法；

（5）掌握顾客异议处理的技巧；

（6）掌握成交的基本策略；

（7）熟悉客户管理的流程；

（8）了解推销员的考核方法，熟悉推销员的各项考核指标。

2.能力目标

（1）具备确定商品推广目标，制定并实施销售方案的能力；

（2）能够针对不同营销目标要求，熟练选择适当的推广方法，设计并制作推广方案；

（3）根据项目要求组织商品销售，能够分析小型项目的数据资料，并熟练地撰写销售报告；

（4）能够理解整个商品推广与销售工作过程，并对各个环节工作进行自我评价。

3.素养目标

（1）培养热爱推销工作的情感以及从事推销工作应具备的心理素质，养成良好的工作习惯,确立积极、乐观的工作态度；

（2）培养人际交往和沟通的能力，培养团队协作的精神；

（3）培养热情、自信、乐观、勤奋、坚韧的职业性格。

**三、参考学时**

90学时

**四、课程学分**

5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 | 推销准备 | 寻找顾客、资格审查、访问计划、收集客户资料、设计开场白、营造氛围。 | 课堂讨论，案例分析 | 16 |
| 2 | 接近顾客 | 接近顾客、初步洽谈；找出关键人物、发掘需求；探寻需求、推介产品 | 课堂讨论，案例分析 | 16 |
| 3 | 处理异议 | 处理异议 | 课堂讨论，案例分析 | 16 |
| 4 | 推销成交 | 售后服务顾客跟进、做好服务 | 课堂讨论，案例分析 | 16 |
| 合计 | | | | 64 |

**六、教学建议**

本课程通过丰富多彩的实践活动，营造良好的学习环境，把课内课程的教学与企业的实际工作任务、工作环境相结合。同时灵活运用各种教学方法，引导学生积极思考与实践，培养学生树立自主、自立的学习精神，自主掌握工作思路与方法，有利于个性化发展，给学生创造实训实践、接触社会、接触实际工作的良好资源环境，全面提高了学生的综合素质和实际动手能力，使学生走出学校就可以胜任相应的岗位工作，并能在各方面迅速适应社会。

在教学方法上，本课程组积极开展改革与创新，通过教、学、做合一的参与式教学、模块式教学、体验式教学、情景式教学，使学生成为教学活动的主体。教师的作用从以课堂讲授为主转向以教学设计与组织、创设情景、引导问题、指导控制、评价学生的学习活动为主。具体使用的教学方法有：

1、案例互动法

精选案例，以团队讨论的方式激发学生的创新思维和竞争意识。将学生按照4-8人/组，分成不同的小组，每个小组就老师提供的案例进行讨论。通过推销团队代表上台讲，教师和听的学生提问、点评等明晰知识要点。一方面培养学生了学生沟通与表达能力，另一方面也培养了学生应用所学知识分析问题与解决问题的能力。

2、角色扮演法

角色扮演法是创新教学方法之一，它以能力培养为目标,以互动与创新教学、全真模拟为特征，在推销实务的教学过程中，应用角色扮演组织教学有许多可取之处。学生从所扮演角色的角度出发，运用所学知识，自主分析与决策，提高了学生实际决策的技能。让推销团队分角色扮演推销员和顾客，演示推销礼仪及推销的行为规范、策略等，使枯燥的理论学习变得形象直观。活跃了课堂气氛，也体现了“以学生为主体，以能力发展为主”的现代教育理念。

3、情景模拟训练法

以虚拟营销公司为依托，以商务谈判模拟实训室为载体，模拟推销团队在课余时间编写推销情景剧本，由学生扮演案例中的角色，再现仿真的情境，给学生以真实、具体的情境感受，然后引导学生对模拟的情景进行评析。推销团队通过模拟实际工作情景，得到推销工作过程的全方位训练，模拟训练推动理论知识转变为学生的推销技能。

4、现场教学法

在教学中，组织学生到企业进行现场的岗位教学，通过岗位能手现场示范，教师现场讲解，学生现场演练，教师及企业兼职教师现场指导，来完成课堂教学环节中无法完成的教学内容，在真实的岗位环境中全方位培养学生的职业能力，取得良好的教学效果。

5、任务驱动教学法

各推销团队以具体的推销任务为中心，通过实地推销完成推销任务，真正掌握推销技能并通过项目竞赛培养竞争意识和团队合作能力。

考核标准

1、各考核项目的内容和要求

推销实务课程教学的考核评价体系采用过程型评价+终结性评价体系。总体上突出实践教学的过程和效果。本课程对学生的考核采取4:4:2制,即理论考试成绩40%；团队项目的个人考核成绩40%；个人平时表现20% 。

2、各考核项目的具体指标

（1）理论考试成绩：即学生在期末的考试成绩；

（2）个人平时表现。主要考核学生平时的课堂表现、学习态度及考勤；

（3）团队项目的个人考核。在组织方式上采用个人加团队的方式进行，即学生5—6人组建一个推销团队，并按照工作任务布置，选择适合本团队的项目。每个团队通过协作和分工来完成整个项目的策划，每个团队成员具体负责项目工作流程中一个分项目的牵头、组织实施工作（具体的分工由团队内部协商确定，并将具体的名单报给指导老师）。为体现团队成员之间的相互协作和个人能力的有机结合，将教学评价变换为学习能力评价，并将评价的权力交还给学生，大大激发了学生的自主意识和公正意识，这样的意识正是市场经济社会中必需的，可使学生毕业后较快适应职业岗位。

**《图像处理技术（PS）》课程标准**

**一、课程性质与任务**

本课程是中等职业学校电子商务专业的核心课程，通过该课程的学习，学生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**

162学时

**四、课程学分**

9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 | 39 |
| 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 | 25 |
| 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 | 21 |
| 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 | 23 |
| 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 | 23 |
| 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 | 29 |
| 合计 | | | | 162 |

**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。使学生在学习中能达到举一反三，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。

**《物流技术与实务》课程标准**

**一、课程性质与任务**

本课程是中等职业教育电子商务专业的一门专业技能课程。主要阐述了我国现行物流法律法规的基本框架，结合现代物流企业生产实践案例，详细介绍了运输、仓储、配送等各个环节相关的法律法规。为了方便教学，本书每章均用案例导入，引出教学内容，模拟实训和专业术语等，方便学生查询与记忆，为以后学习各专业课程打下基础。

**二、课程教学目标**

1、通过案例学习和模拟操作，要求学生掌握物流企业及企业创建的流程。

2、要求学生掌握合同法的适用范围和免责条款。

3、要求学生掌握保管合同及相关单证的内容及法律效力。

4、用案例和模拟实训的形式来加强学生分析问题和解决问题的能力。

5、熟练掌握承揽合同的概念和构成。强调了普通货物 国际物流和危险品在物流流通加工中包装方面的法律法规。以及货物保险合同知识，国际货运中保险的法律规定。

**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 | 课程内容与教学要求 | 活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 物流法律法规概述 | 1. 描述物流及物流企业定义 2. 概述物流及物流企业的分类方式 3. 理解物流企业的责任，描述物流企业设立所需资质条件及程序 4. 清楚物流法律法规的含义及特点，懂得注册物流公司的流程 | 活动一 情境模拟  通过解析一个典型的物流运作案例，以小组为单位设置情境，模拟法律关系主体的权利义务活动。  活动二 案例讨论  通过变更上述案例的构成要素，交流物流运作法律关系产生、变更、终止的原因  活动三 企业走访  走访一家物流企业，判断公司基本运作形式，听取公司方面有关法律法规运用的实例介绍 | 13 |
| 2 | 物流运输服务相关法律法规 | 1. 熟知运输合同的概念、类型 2. 描述物流企业在运输活动中的法律地位 3. 概述运输合同的含义和效力   4、了解签订运输合同的程序，能撰写简单的运输合同 | 活动一 案例讨论  提供的货物运输业务的案例，组织讨论所涉及的法律条款  活动二 情境模拟  根据教师提供的基本条件，以小组为单位设置情境，模拟合同订立过程中的要约、承行为诺 | 16 |
| 3 | 仓储服务法律法规 | 1. 熟知物流企业的概念、类型 2. 认识物流企业在仓储活动中的法律地位 3. 理解保管合同的含义和效力 4. 熟悉仓储合同的概念、法律地位、订立和内容 | 活动一 案例讨论  提供的仓储业务的案例，组织讨论所涉及的法律条款  活动二 案例讨论  提供的搬运、装缷业务的案例，组织讨论所涉及的法律条款 | 16 |
| ４ | 物流配送法律法规 | 1. 描述物流企业配送的概念、类型 2. 理解配送中心的含义及配送中心的要求 3. 明确物流企业在配送活动中的法律地位 4. 概述配送合同的含义和类型 5. 解释配送合同的主要内容 6. 解读物流企业在配送服务合同和销售配送合同中的权利和义务 | 活动一 案例讨论  提供的配送业务的案例，组织讨论所涉及的法律条款  活动二 案例讨论  提供的包装加工业务的案例，组织讨论所涉及的法律条款 | 16 |
| ５ | 物流其他环节相关法律法规 | 1. 熟知包装方面承揽合同的法律地位 2. 掌握普通货物、国际物流和危险品流通的法律规范 3. 理解物流信息安全的重要性 4. 描述保险合同的概念和内容 | 活动一 国际物流案例讨论  通过教师提供的国际物流的案例，讨论所涉及的法律条款  活动二 上网查寻  通过网络，查找《联合国国际货物销售合同公约》  活动三 上网查寻  通过网络，查找国际货物买卖中的主要惯例  活动四 上网查寻  通过网络，查找国际物流包装的法律法规  活动五 上网查寻  通过网络，分组查找国际海运、空运、陆运物流的常用法律法规联合国海上货物运输公约，如《华沙公约》、 《汉堡规则》等  活动六 上网查寻  通过网络，分组查找《对外贸易法》  与《货物进出口管理条例》 | 12 |
| 合计 | | | | 72 |

**六、教学建议**

**（一）教学方法**

1.直观教学法

借助视频录像、多媒体等手段辅助教学，教师通过实例分析等各种直观的方法进行讲授和示范，讲练结合，达到理论与实践的有机结合，实现技能的提升。

2.小组对抗法

教师设定项目或任务，学生分组讨论探究，小组之间展开竞争，小组内部相互协作，既可以让小组成员有充分的发言机会，又可以考察成员的团队合作精神、攻击性等特征，提高学生学习的积极性主动性。

3.案例分析法

应用多媒体课件、录像、案例分析等形式，培养学生解决和处理实际问题的综合职业能力。活动组织要把握好“规”与“度”，贴近实际。

**（二）评价方法**

1.以学习目标为评价标准，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。

2.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。

3.教学效果评价重点评价学习者的职业能力，在本课程中，注重对学生适用法律法规、商务规则的查找能力和综合分析能力的评价。

4.考试课程总评成绩(100%)=平时成绩（40%）+期末考试（60%），其中：

平时成绩（40%）：出情率，课堂表现，学生遵守纪律以及上课积极参与活动情况。期末考试（60%）：理论知识笔试和独立操作能力的测试考核。

**（三）教学条件**

1.多媒体教学环境

制作《物流技术实务》多媒体课件，将信息技术和传统教学手段有机结合，通过大量动画、视频及图片展示，使教学内容更加生动、直观。

2.网络教学环境

通过课程网站，为学生提供了一个良好的在线学习环境，对教学内容起到了补充和拓展作用。学生可以利用课程网站提供的大量教学资源如课件、动画、视频、操作手册等，进行自主学习，了解其他审计的相关知识和操作流程，还可以利用在线测试检验学习效果。利用交流栏目，师生可以相互沟通，帮助学生解决自主学习以及练习、测试中可能出现的问题。

**（四）教材编选**

1.教材编写应以本课程标准为基本依据。

2.教材应充分体现工作过程导向的课程设计思想。

3.教材应突出实用性，将专业知识与生活中的实际应用结合。

**《电子商务》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**

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 | 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 | 8 |
| 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 | 6 |
| 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 | 12 |
| 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 | 8 |
| 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 | 8 |
| 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 |
| 合计 | | | | 72 |

**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、解决问题的能力和实际操作能力。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。

# **《沙盘模拟企业经营实训》标准**

**一、课程性质与任务**

本课程是中等职业教育电子商务专业的一门专业技能课程。通过企业运营的所有关键环节包括战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等几个部分的模拟来培养学生团队精神和经营管理能力、财务预算能力、财务分析能力等管理能力。

**二、课程教学目标**

**（一）知识目标**

掌握战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等相关知识。

**（二）能力目标**

1.具备企业不同管理岗位运营的能力。

2.具备阅读和分析财务报表的技术和能力。

3.具备项目管理的能力。

4.具备商务谈判的能力。

5.具备处理企业危机的能力。

**（三）素质目标**

1.具备团队合作和经营管理综合素质。

2.具有良好的心理素质和克服困难的品质；

3.具有创新创业精神。

**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 | 模拟企业介绍 | 了解模拟企业运营规则、市场预测分析 | 采用展示法、视频教学法展示掌握模拟企业总体情况， | 10 |
| 2 | 模拟企业演示年运营 | 讲解模拟企业，演示年运营 | 通过视频演示，小组讨论分析模拟企业的年运营 | 22 |
| 3 | 模拟企业五年运营 | 指导企业五年运营 | 通过小组对抗法，竞争法模拟企业五年运营，使学生对运营结果互相对比评价 | 36 |
| 4 | 模拟企业五年运营总结 | 总结模拟企业五年运营情况 | 由各组分别总结模拟企业五年运营情况，教师进行点评，体现了以学生为主，教师为辅的教学模式 | 4 |
| 合计 | | | | 72 |

**六、教学建议**

**（一）教学方法**

1.直观教学法

借助视频录像、多媒体等手段辅助教学，教师通过实例分析等各种直观的方法进行讲授和示范，讲练结合，达到理论与实践的有机结合，实现技能的提升。

2.小组对抗法

教师设定项目或任务，学生分组讨论探究，小组之间展开竞争，小组内部相互协作，既可以让小组成员有充分的发言机会，又可以考察成员的团队合作精神、攻击性等特征，提高学生学习的积极主动性。

3.案例分析法

通过剖析典型的创业案例，让学生把所学习的理论知识运用于 “实践活动”中，以提高学生发现、分析和解决实际问题能力。

**（二）评价方法**

1.通过学生自评、互评和教师评价相结合评价方法，实现评价主体多元化。

2.过程考评与结果考评（课程考评）相结合的方法，强调过程考评的重要性。过程考评占50分，结果考评占50分。

**（三）教学条件**

1.多媒体教学环境

制作《企业沙盘》多媒体课件，将信息技术和传统教学手段有机结合，通过大量动画、视频及图片展示，使教学内容更加生动、直观。

2.网络教学环境

通过课程网站，为学生提供了一个良好的在线学习环境，对教学内容起到了补充和拓展作用。学生可以利用课程网站提供的大量教学资源如课件、动画、视频、操作手册等，进行自主学习，了解其他审计的相关知识和操作流程，还可以利用在线测试检验学习效果。利用交流栏目，师生可以相互沟通，帮助学生解决自主学习以及练习、测试中可能出现的问题。

3.实践条件

建设沙盘实训室，并安装沙盘操作软件。建立不同规模行业企业实训基地，满足学生参观、集中学习的需要。

**（四）教材编选**

1.教材编写应以本课程标准为基本依据。

2.教材应充分体现工作过程导向的课程设计思想。

3.教材应突出实用性，将专业知识与生活中的实际应用结合。

# **《经济应用文》课程标准**

**一、课程性质与任务**

本课程旨在着重提高学生写作应用文能力，是电子商务专业的专业技能选修课，使学生掌握有关专业文体的实际用途及其写作知识和一般方法，获取必备的专业写作能力和文章分析与处理能力，使其总体水平得到一定程度的提高，并为写好毕业论文和从事学术研究做好充分的知识准备。应用文是人们在日常生活、学习、工作和公务活动中经常使用，有直接社会效用的文书，它是人们交流思想，互通情况、解决问题、处理公务的工具 。应用文写作是研究实用文内部规律和实用文写作规律的科学，是国家教育部规定的为普通高校学生开设的公共必修课。它是一门实践性很强的课程 ，也是在学生经过普通高中或中职的语文课教学，具备了相应的语文写作能力的基础上开设的的一门公共基础课。

**二、课程教学目标**

（一）总体目标

通过讲授与训练，学生能系统了解应用写作的基本知识，基本方法。能较熟练地掌握专科应用型人才所必备的应用写作技能，能写出主旨明确、详略得当，结构合理、语言得体、格式规范的常用经济应用文。

（二）能力目标

1.了解经济应用文的概念、特点、作用、种类，掌握写作的基本要求。

2.了解、熟悉公告、通告、通知、通报报告、请示、批复、函、决定、会议纪要等行政文书的特点、体式和写作要求；掌握公告、通告、通知、通报的区别、格式和写作技巧；练习写作行政公文。

3.了解书信、条据、启事、声明、海报等日用类经济文书的特点、格式和写作要求，掌握这几种文书的写作技巧，重点练习写作条据和启事。

4.了解计划、总结、调查报告、述职报告、简报、规章制度的作用、特点和写作要求，掌握几种事务性文书的写作格式和要求，掌握总结和述职报告的区别，训练写作计划、总结和述职报告。

5.了解市场调查报告、市场预测报告、经济合同、招投标书的作用、内容和写作要求，掌握市场调查和预测的方法，掌握经济合同的写作要素，掌握几种文书的写作格式和写作要求，练习写作市场调查报告和经济合同。

6.了解财务分析报告的内容、分析方法，了解审计报告的内容和写作方法，了解起诉状、答辩状、上诉状、反诉状的写作目的和写作要求，掌握财务分析报告的写作方法和几种诉讼文书的区别。练习写作四种诉讼文书。

7.了解广告、说明书、经济简报、经济新闻和公司介绍的作用、写作要求和特点，掌握几种经济活动文书写作的技巧和要求，训练写作广告、产品说明书、经济新闻和公司介绍。

8.了解经济论文的写作要求和特点，了解毕业论文的写作要求和特点，掌握论文写作的结构、内容要求，规范学术论文的写作。

**三、参考学时**

18学时

**四、课程学分**

1学分

1. **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 | 文体与语体 | 使学生了解文体与语体的区别和联系,从而更好地掌握应用文的语言特点 | 实训之前布置学生学习课本文体与语体部分的知识，并查阅有关材料。方式：学生分组讨论（每班5人为一小组），师生共同解决 | 3 |
| 2 | 公文的标题 | 公文的标题与普通文章的标题有很大不同，它有严格的规范。通过本项训练，要使学生掌握公文标题的写作规范，为下一步公文的写作打好基础 | 在对公文的特点及文种等理论知识有了一定了解的基础上进行。  方式：学生分组讨论（每班5人为一小组），师生共同解决 | 3 |
| 3 | 公文  写作 | 公文中的请示、函、报告，学生在学习中比较容易混淆 ，通过本项训练，使学生能更好掌握三种公文的特点，避免便用中的错误。  通知是公文中使用最为广泛的文种，通过本项训练，使学生能更好地掌握通知的特点 | 学生分组讨论（每班5人为一小组），师生共同解决 | 3 |
| 4 | 事务  文书 | 通过实训，使学生掌握事务文书中的计划、总结、简报的格式写法及行文特点 | 在学生已经对以上文种的写作特点已有一定理论学习的基础上进行。  方式：学生分组讨论（每班5人为一小组），师生共同解决 | 3 |
| 5 | 司法  文书 | 通过实训使学生掌握几种主要的司法文书的写作特点 | 课堂分组讨论，然后把主要内容表述出来。教师根据所写内容评定分数 | 3 |
| 6 | 传播  文稿 | 通过实训使学生对已学过的新闻、广告文的写作特点有更好的了解 | 在对传播文稿的性质、特点已有一定理论学习的基础上进行，分组讨论（每5人一小组）、并写出评析内容 | 3 |
| 合计 | | | | 18 |

**六、教学建议**

**（一）教学方法**

1.教师课内精讲，采用多种教学方法。

2.加强学生实践训练环节。

3.学生按照教学内容完成相应的作业。

**（二）评价方法**

1.本课程属于考查课程

2.学生成绩包括平时成绩20%，实践成绩20%，考试成绩60%。

3.平时成绩由任课教师根据学生课堂学习情况评定，实践成绩根据学生完成课后练习情况、综合作业进行评定。

**（三）教学条件**

1.多媒体教学

制作《经济应用文》多媒体课件，将信息技术和传统教学手段有机结合，通过大量动画、视频及图片展示，使教学内容更加生动、直观。

2.网络教学环境

通过课程网站，为学生提供了一个良好的在线学习环境，对教学内容起到了补充和拓展作用。学生可以利用课程网站提供的大量教学资源如课件、动画、视频、操作手册等，进行自主学习，了解其他企业设立的相关知识和操作流程，还可以利用在线测试检验学习效果。利用交流栏目，师生可以相互沟通，帮助学生解决自主学习以及练习、测试中可能出现的问题。

3.实践条件

建设实训室，建立不同规模行业企业实训基地，满足学生参观、学习的需要。

**（四）教材编选**

教材的使用与规划 要教授一门课程首先要选好教材，教材的选择要科学合理，符合大纲要求，本课程的教材是经我们教研室精心选 择的全国高职高专教育"十五"国家级规划教材，由张德实主编的《应用写作》(第二版) 。 教材所选内容编排新颖、科学，包括写作理论、例文简析、习题训练三部分内容，特别突出了文案教学和综合训 练。文案教学采用了文体介绍、典型文章与瑕疵文章对比分析的方式，以帮助学生理解写作的得失。各章的综合 练习，除了巩固概念类的习题外，还设计了模拟性的写作训练，体现高职应用写作教学"以学生为主，以练为主 "的特色。

# **《企业文化》课程标准**

**一、课程性质与任务**

本课程是中等职业教育会计专业的一门专业技能课程。该课程主要培养学生办理工商设立登记、税务登记、银行账户开立，会计制度设计等职业能力，使学生掌握企业设计过程中相关业务办理的流程及法规规定，能够进一步提升学生就业能力、创业能力、创新能力能力。

**二、课程教学目标**

**（一）知识目标**

1.掌握工商登记的流程。

2.掌握税务登记的手续。

3.掌握相关银行结算法规、银行账户开立的流程。

4.熟知凭证、账簿、报表等格式及法规要求。

**（二）能力目标**

1.会填制规范的工商登记的有关表格，会进行工商登记手续的办理。

2.能按照相关税收法规要求规范地填制税务登记的有关表格，会进行税务登记手续的办理。

3.能按照相关银行结算法规要求规范地填制银行账户开立的有关表格，并会进行银行账户开立手续的办理。

4.能按照企业规模、经营状况等企业实际规范地进行凭证、账簿、报表等格式及组织的设计与应用。

**（三）素质目标**

1.具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力,具有团队协作精神。

2.具有良好的心理素质和克服困难的品质。

**三、参考学时**

18学时

**四、课程学分**

1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 | 企业设立流程认知 | 掌握企业设立的法律规范；了解不同性质企业的设立流程 | 用多媒体、视频展示不同性质企业设立的流程 | 2 |
| 2 | 工商登记办理 | 了解办理工商登记流程；掌握工商登记办理过程中的法律规范；会办理企业名称登记；会办理有限责任公司工商登记 | 采用任务驱动教学法，通过完成工商登记任务，培养学生分析问题、解决问题的能力，并提高学生的自学能力 | 4 |
| 3 | 税务登记办理 | 会办理开业税务登记；会办理变更、注销、停业、复业税务登记；掌握税务登记办理流程 | 采用任务驱动教学法，通过完成税务登记任务，培养分析问题、解决问题的能力， | 6 |
| 4 | 银行账户开立 | 了解银行账户开立的办理流程和法律规范；会开立人民币银行结算账户；会办理人民币银行结算账户的变更、撤销与管理；会办理外币结算账户的开立、变更与撤销 | 采用任务驱动教学法，通过完成银行账户开立任务，培养分析问题、解决问题的能力，并提高学生的自学能力 | 4 |
| 5 | 会计核算制度设计 | 了解会计科目的设计；会设计会计凭证；会设计会计账簿；会设计会计报表；会设计账务处理程序；了解根据企业规模进行会计机构与会计人员设置 | 设计不同行业企业案例，小组讨论不同行业企业会计核算制度设计 | 2 |
| 合计 | | | | 18 |

**六、教学建议**

**（一）教学方法**

1.直观教学法

借助视频录像、多媒体等手段辅助教学，教师通过实例分析等各种直观的方法进行讲授和示范，学生实际操作，讲练结合，达到理论与实践的有机结合，实现技能的提升。

2.案例教学法

通过引入有针对性的案例，在激发学生学习兴趣的同时，使学生能更好地掌握理论知识并能够学以致用，运用所学解决现实问题，从而提高其分析和解决问题的能力。

3.分组讨论法

展开小组讨论、小组辩论和专题汇报等多种形式，鼓励和引导学生参与课堂。这样可以使学生变被动听课为主动参与，有利于提高其学习的积极性和主动性，也有利于培养学生的独立思考能力、表达能力、团队合作精神和解决问题的能力。

4.任务驱动法

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。用工作任务驱动学生积极主动地进行学习和训练。

**（二）评价方法**

1.通过学生自评、互评和教师评价相结合的评价方法，实现评价主体多元化。

2.过程考评与期末考评相结合的方法。加强教学过程环节的考核，结合学生出勤、作业练习、课堂提问等情况，综合评定学生平时的成绩。

**（三）教学条件**

1.多媒体教学

制作《企业设立》多媒体课件，将信息技术和传统教学手段有机结合，通过大量动画、视频及图片展示，使教学内容更加生动、直观。

2.网络教学环境

通过课程网站，为学生提供了一个良好的在线学习环境，对教学内容起到了补充和拓展作用。学生可以利用课程网站提供的大量教学资源如课件、动画、视频、操作手册等，进行自主学习，了解其他企业设立的相关知识和操作流程，还可以利用在线测试检验学习效果。利用交流栏目，师生可以相互沟通，帮助学生解决自主学习以及练习、测试中可能出现的问题。

3.实践条件

建设实训室，建立不同规模行业企业实训基地，满足学生参观、学习的需要。

**（四）教材选编**

1.教材编写应以本课程标准为基本依据，合理安排教材内容。

2.教材应充分体现工作过程导向的课程设计思想。

3.教材应采用实物账、证、表等多种表现形式。

4.教材应突出实用性，将课程基础知识与实际应用结合。

5.教材应以学生为本，文字表达要简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点，注重提高学生学习的主动性和积极性。

《商务礼仪》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是介绍专业礼仪知识的一门应用性学科；是中职学生选修的一门公共课。本课程的任务和作用是，通过教师的系统讲授、示范操作与训练，使学生掌握礼仪的基本概念、常识、基本原理及方法技巧，为今后在商务活动中塑造良好形象、提高服务艺术，奠定坚实的基础。

二、课程教学基本要求

根据中职各相应专业的培养目标，按照综合职业能力的要求，本课程的设置，旨在丰富学员的知识结构，提高学员的礼仪素质。具体来说：通过课程学习，培养学员的礼的意识，加强自身的礼仪修养，提高实际的与人交际及办事能力。

在专业能力方面： 通过课程学习，培养学员的礼仪意识，提高礼仪修养，如：了解和理解礼仪的基本问题；礼仪学习的意义； 礼仪的规范等。

在方法能力方面：了解和掌握人与人沟通的过程、手段、方法和技巧，从而打造自身良好的个人形象。

在社会能力方面：使学生通过学习，通过实践，提高自身的认识，树立良好的形象。

**三、参考学时**

18学时

**四、课程学分**

1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 | 礼仪概论 | 了解礼仪的基本含义；学习礼仪的目的，礼仪在打造良好形象及人际交往中的作用 | 讲授法、任务驱动教学法。课堂提问 | 2 |
| 2 | 个人仪容仪表 | 了解仪容仪表的重要性，掌握化妆的基本知识，把握化妆的技巧，掌握服饰的搭配 | 讲授法、任务驱动教学法、直观演示法、练习法，引导互动式，边讲边练，边练边辅导 | 3 |
| 3 | 见面礼仪 | 了解称呼的重要性及方法；掌握介绍的方法；了解握手的规范动作及礼仪要求，掌握交谈的形式与内容中的技巧及礼仪要求 | 讲授法、任务驱动教学法、直观演示法、练习法，引导互动式，边讲边练，边练边辅导 | 3 |
| 4 | 办公礼仪 | 掌握接打电话的要求，与人交往的空间礼仪要求 | 讲授法、任务驱动教学法、角色扮演法，引导互动式，边讲边练，边练边辅导 | 3 |
| 5 | 商务酬宾礼仪 | 掌握中西餐宴请与赴宴的要求；了解礼尚往来的重要性，掌握拜访及接待来访的礼节规范；掌握舞会的礼仪 | 讲授法、任务驱动教学法、角色扮  演法，引导互动式，边讲边练，边练边辅导 | 3 |
| 6 | 职业礼仪 | 掌握面试的礼节，了解与领导、同事相处的重要性，及与领导、同事相处的礼仪礼节 | 讲授法、任务驱动教学法、角色扮演法，引导互动式，边讲边练，边练边辅导 | 2 |
| 7 | 习俗礼仪 | 了解中外各民族、各国家的民俗特点 | 讲授法 | 2 |
| 合计 | | | | 18 |

**六、教学建议**

**（一）教学方法**

1.突出重点。重点应突出基本概念、基本方法和基本原理，更要突出基础理论的具体运用和塑造自身良好形象的方法。

2.注重示范与影像资料的观摩。

3.创新教法。应积极探讨教学方法的创新。

4.强调过程。应该强调学员的自主学习和学习过程，面授辅导教师应加强对过程性学习的检查。

**（二）评价方法**

1.通过学生自评、互评和教师评价相结合评价方法，实现评价主体多元化。

2.加强教学过程环节的考核，结合学生出勤、作业练习、课堂提问、职业生涯规划书展评与评选等情况，综合评定学生的成绩。建立过程考评与期末考评相结合的方法，强调过程考评的重要性。过程考评占50分，期末考评占50分。

**（三）教学条件**

1.制作各种多媒体课件。

2.教室桌椅的安排应能根据教学情况的需要进行组合，方便创设各种礼仪环境等各种模拟情境。

**（四）教材编选**

1.教材编写应以本课程标准为基本依据。

2.教材应提供各种与实际工作相对应示例、范文。

3.教材应突出实用性，将商务礼仪的学习与工作生活中的实际应用结合。

# **《口才与交流》课程标准**

**一、课程性质与任务**

本课程是中等职业教育电子商务专业的一门专业技能课程。口语交际能力是现代公民的必备能力之一，更是直接在生产、建设、管理和服务第一线工作的高等应用型人才必备的能力之一。《口才与交流》主要培养学生正确把握口才与交流的特点、运用语言表达的技能、规律以及在不同语境中语言的灵活运用。旨在对学生进行演讲与口语表达的技能训练，使学生掌握相关训练科目的语言技巧，具有专业所需的演讲与口语表达能力，具备一定的语言应变能力。

具有鲜明的职业性、实用性特点。要求学生掌握一般口语交际技能、口才与交流的基本技能以及特定的职业口语风范与从业规范，为今后工作做好准备。

**二、课程教学目标**

通过本课程的学习，可以提高学生汉语言口头表达能力、思维的应变能力，培养学生良好的心理素质，以促进学生的可持续发展。具体要求如下：

1.能力目标

(1)纠正语音，提倡使用标准普通话；

(2)提高日常言语水平；

(3)提高社交场合中的言语交际能力；

(4)形成明辨是非、分析言语活动优劣的能力。

(5)培养学生积极思索能力和良好的心理素质。

2.知识目标

(1)理解言语交际的重要作用；

(2)把握言语交际的基本原则；

(3)使学生能够使用标准普通话进行言语交际；

(4)掌握日常言语交际的基本技巧和方法。

(5)掌握有效演讲的全过程。

3、素质目标

(1)爱祖国语言的情感；

(2)培养学生运用标准普通话的自觉性；

(3)学生积极乐观的审美情趣，克服低级趣味；

(4)培养学生重视交际和乐于交际的思想观念。

**三、参考学时**

18学时

**四、课程学分**

1学分

1. **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 | 打造阳光心态 | 了解什么是阳光心态，了解阳光心态对我们有什么意义？能够在老师的指导下有意识的建立自我的阳光心态 | 教学材料与设备：多媒体  危险点分析及安全措施：无  教学方法：讲授、现场演练  教学组织过程：  一、什么是阳光心态  二、阳光心态的作用  三、阳光心态的评价标准  四、如何建立阳光心态  实训：学会赞美 | 3 |
| 2 | 解读肢体语言 | 了解什么是肢体语言，肢体语言的作用，学会运用肢体语言塑造良好形象，提高表达与沟通效果 | 教学材料与设备：多媒体  危险点分析及安全措施：无  教学方法：讲授、现场演练  教学组织过程：  一、什么是肢体语言  二、肢体语言的作用  三、教你解读肢语言  四、运用肢体语言，塑造完美形象  实训：察言观色 | 3 |
| 3 | 口语表达技巧 | 掌握口语的特点，有意识的培养口语能力；掌握口语的基本要求，学会准确的选择词语、句式表达感情 | 教学材料与设备：多媒体  危险点分析及安全措施：无  教学方法：讲授、现场演练  教学组织过程：  口语概说  提高口语表达能力的技巧  实训：有声有色地表达 | 4 |
| 4 | 项目四：口才与演讲 | 理解演讲的内涵和特征，学会如何准备一次演讲，掌握演讲的基本技巧和方法 | 教学材料与设备：多媒体  危险点分析及安全措施：无  教学方法：讲授、现场演练  教学组织过程：  什么是演讲  如何做演讲前的准备  如何准备演讲稿  演讲成功的五大标准  实训：即兴演讲 | 4 |
| 5 | 有效沟通的策略 | 了解什么是沟通  了解有效沟通的意义和作用；学习有效沟通的方法和策略 | 教学材料与设备：多媒体  危险点分析及安全措施：无  教学方法：讲授、现场演练  教学组织过程：  什么是沟通  有效沟通的内涵和作用  有效沟通的策略  有效沟通的评价标准  实训：有效说服 | 2 |
| 6 | 人际交往的禁忌 | 了解什么是禁忌，人际交往有哪些禁忌；了解学习人际交往的禁忌对提高人际沟通能力的重要意义 | 教学材料与设备：多媒体  危险点分析及安全措施：无  教学方法：讲授、现场演练  教学组织过程：  什么是人际交往的禁忌  人际交往有哪些禁忌  如何避免触犯人际交往的禁忌  实训：化解人际冲突 | 2 |
| 合计 | | | | 18 |

**六、教学建议**

**（一）教学方法**

1.直观教学法

借助视频录像、多媒体等手段辅助教学，教师通过实例分析等各种直观的方法进行讲授和示范，学生实际操作，讲练结合，达到理论与实践的有机结合，实现技能的提升。

2.案例教学法

通过引入有针对性的案例，在激发学生学习兴趣的同时，使学生能更好地

掌握理论知识并能够学以致用，运用所学解决现实问题，从而提高其分析和解决问题的能力。

3.分组讨论法

展开小组讨论、小组辩论和专题汇报等多种形式，鼓励和引导学生参与课堂。这样可以使学生变被动听课为主动参与，有利于提高其学习的积极性和主动性，也有利于培养学生的独立思考能力、表达能力、团队合作精神和解决问题的能力。

4.任务驱动法

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。用工作任务驱动学生积极主动地进行学习和训练。

**（二）评价方法**

《口才与交流》平时成绩以学生的演讲表达为主，辅之以必要的理论作业，查看学生积累的相关资料的汇集。期末考试以理论为次，写讲演稿或其他形式的口语表达稿件，听学生的汇报课，通过综合测试来检测学生的学习成果。

**（三）教学条件**

1.学生应具有基本的口语表达能力和沟通能力。

2.教师应具有口语表达能力、语言组织能力，性格开朗、乐观，能调动课堂气氛，提高学生进行口语练习的积极性，能设计恰当的情景模拟，让学生进行练习。

**（四）教材编选**

1.教材编写应以本课程标准为基本依据，合理安排教材内容。

2.教材应充分体现工作过程导向的课程设计思想。

3.教材应突出实用性，将课程基础知识与实际应用结合。

4.教材应以学生为本，文字表达要简明扼要，内容展现应图文并茂，突出重点，注重提高学生学习的主动性和积极性。

**技能实验（实训）室及设备配备标准**

| 实验  （实训）教学类别 | 实验  （实训）教学场所 | 实验  （实训）教学任务 | 实验（实训）设备 | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 名 称 | 单位 | 数量 | 参考价格  （元） |
| 基础实验 | 电子商务基础实训室 | 1.图片处理技术  2.网络技术  3.办公自动化  4.网络营销  5.flash动画实训 | 1 | 计算机 | 台 | 60 | 210000 |
| 2. | 软件 | 套 | 3 | 20000 |
| 技能实训 | 客户关系管理实训室 | 客户服务与管理实训 | 1 | 计算机 | 台 | 10 | 30000 |
| 技能实训 | 销售终端实训室 | 1.市场营销实训  2.会计学实训  3.消费心理学实训 | 1 | 计算机 | 台 | 3 | 10000 |
| 技能实训 | 校园电子商务实训室 | 电子商务实训 | 2 | 计算机 | 台 | 30 | 100000 |

**电子商务专业顶岗实习标准**

**一、适用范围**

本标准适用于我校电子商务专业学生的顶岗实习安排, 互联网和相关服务、批发业和零售等行业，针对网店美工、商品信息采编、网络营销推广、网店运营、网络客户服务和电商创业等岗位（群）或技术领域。

**二、实习目标**

学生通过电子商务专业顶岗实习，了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化；掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；养成爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神，增强学生的就业能力。

**三、时间安排**

实习时间按教育部规定时间安排，安排在第三学年第二学期。

**四、实习条件**

**（一）实习企业**

1.企业类型

合资、独资、国有、私营、全民所有制、集体所有制、股份制、有限责任制等类型的企业。

2.经营范围

从事网店美工、商品信息采编、网络营销推广、网店运营、网络客户服务和电商创业等。

3.管理水平

具备管理成熟度三级及以上水平，在工作过程中运用稳定的、正式的、基于过程的系统方法，获得符合目标的数据并存在改进趋势。较为理想的企业应在此基础上重视持续改进，结果良好且保持改进趋势。企业管理具有成熟的综合改进过程。

企业具有规范的管理标准，具有健全的管理规章制度。单位的信息系统有专人管理，历史数据具有较完善的存储管理机制，组织架构合理、工作流程清晰、分工职责明了，人力资 源管理体系完善，采用信息进行内部管理和运行，优先选择获得IS09000系列质量管理体系认证的企业作为顶岗实习单位。

**（二）设施条件**

1.安全保障

建立并执行规范、完善的人身安全、设备安全、信息安全 保障制度，建立并执行严格的信息安全保密管理制度，严格遵守相关版权管理制度。

2.信息资料

国家标准、行业标准、企业标准及相关技术资料。

**（三）实习岗位**

主要实习岗位有Adobe平面设计师、直播销售员、网店运营专员、电子商务客户服务和电子商务数据分析等。

**（四）指导教师**

企业教师具有中级及以上专业技术职称或高级工以上等级职业资格，相关岗位工作5年以上工作经验，能够独立完成电子商务实际工作。

学校教师具有中级及以上职称或硕士以上学位，取得技师及以上职业资格证书。如初级职称的教师参加顶岗实习指导工作原则上要在中高级职称教师的带领下进行。参与过企业挂职锻炼的教师优先考虑。

**（五）其他**

校企双方必须签订顶岗实习协议，保证学生权益，明确顶岗实习过程中校企双方的职责。

1. **实习内容**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **实习项目** | **实习岗位** | **时间** | **工作任务** | **职业技能与素养** |
| 网页设计与制作类 | 网站美工 | 3个月 | 负责从视觉和操作层面对公司软件的页面风格，操作流程,页面内容的设计、维护；使用相关专业工具进行信息采集，撰写相关文档 | 1.职业技能  具有页面内容的设计、维护，使用相关专业工具进行信息采集能力。  2.职业素养  （1）信息收集能力；  （2）沟通交流能力；  （3）自主学习能力；  （4）团队合作能力；  （5）责任意识；  （6）创新能力 |
| 网站维护员 | 3个月 | 负责网络推广方面橱窗修饰、图片更新，对网络宣传方面提出建议、建言，对网站或推广方面进行设计,宣传彩页、员工名片设计 | 1.职业技能  具有网络推广方面橱窗修饰、图片更新和宣传彩页设计的能力。  2.职业素养  （1）信息收集能力；  （2）沟通交流能力；  （3）自主学习能力；  （4）团队合作能力；  （5）责任意识；  （6）创新能力；  (7)文档编写能力 |
| 网络营销类 | B2B、B2C网络营销专员 | 3个月 | 进行客户开发、市场推广、收集市场信息，与客户保持良好的沟通，随时了解客户的需求，解决客户问题 | 1.职业技能  具有客户开发、市场推广、收集市场信息，与客户保持良好的沟通，及时满足客户需求的能力。  2.职业素养  （1）信息收集能力；  （2）沟通交流能力；  （3）自主学习能力；  （4）团队合作能力；  （5）责任意识；  （6）创新能力 |
| 淘宝网络营销专员 | 3个月 | 企业及产品的宣传推广、客户订单的跟进和整理、网络平台的监管和维护、销售业绩的分析与汇总、协助客户完成订单、能够顺利处理售后相关工作，避免纠纷 | 1.职业技能  具有客户开发、市场推广、收集市场信息，与客户保持良好的沟通，及时满足客户需求的能力。  2.职业素养  （1）信息收集能力；  （2）沟通交流能力；  （3）自主学习能力；  （4）团队合作能力；  （5）责任意识；  （6）情绪控制 |
| 客户关系管理类 | 助理文员 | 3个月 | 负责解答电话咨询、网上咨询、来访咨询，会员活动的通知、组织、管理、及跟进服务;领导交办其他事宜 | 1.职业技能  具有解答电话咨询、网上咨询、来访咨询，及时解决客户问题的能力。  2.职业素养  （1）信息收集能力；  （2）沟通交流能力；  （3）自主学习能力；  （4）团队合作能力；  （5）责任意识；  （6）情绪控制 |
| 客服文员 | 3个月 | 负责电话回访工作，汇总信息。接听热线电话、回答客户的需求、问题记录及跟踪反馈信息 | 1.职业技能  具有解答客户咨询，及时解决客户问题的能力。  2.职业素养  （1）信息收集能力；  （2）沟通交流能力；  （3）自主学习能力；  （4）团队合作能力；  （5）责任意识；  （6）情绪控制 |

六、实习成果

实习学生应在顶岗实习结束时提交顶岗实习企业证明材料, 必须提交以下成果中的任一项:

（1）顶岗实习总结报告一篇；

（2）实习期间形成的技术方案或论文；

（3）实习期间完成的实物作品的图文说明材料或音视频说明材料。

七、考核评价

学生在顶岗实习期间接受学校和实习单位的双重指导，校企双方要加强对学生工作过程的监控和考核，实行以实习单位为主、学校为辅的校企双方考核制度，双方共同对学生顶岗实习进行评定。

（一）考核内容

顶岗实习成绩由实习单位鉴定、实习过程记录和师生沟通、实习报告三部分组成，各部分比例如下：

（1）顶岗实习企业评价意见，占50%;

（2）顶岗实习周记录和师生沟通情况，占20%;

（3）顶岗实习报告质量，占30%。

（二）考核形式

考核由企业和学校指导老师共同完成。

（1）企业指导老师负责学生在企业顶岗期间的工作表现和工作任务完成情况的考核，学校指导教师负责学生企业实习总 结报告的考核及学生实习期间顶岗实习系统的填报及周工作日 志的填报考核；

（2）在学生顶岗实习中期和结束时，由考评组对顶岗实习学生进行客观公正的考核评价，考评一般在校内进行，亦可到 企业进行现场考评；

（3）考核方式为等级制，分优秀、良好、合格和不合格四 个等级，学生考核结果在合格及以上者获得学分。

（三）考核组织

成立顶岗实习评价机构，由学校、企业、教务部门及教学院系共同组织实施考核。考核小组应由院系负责人任组长，成员包括企业顶岗实习辅导员、指导教师和企业实习兼职教师等。

（1）学校：提出学生顶岗实习考核评价的总体要求和工作 进程；

（2）企业：参与考核评价方案的制订；

（3）教务部门：提出学生顶岗实习考核评价总体方案，汇总、分析全校考核评价结果，提出改正建议；

（4）教学院系:根据考核评价总体方案制订考核评价标准, 负责评价考核的组织与实施，成立专门机构对学生顶岗实习进 行考核和评价。

八、实习管理

（一）管理制度

与实习单位合作制订顶岗实习各项管理规章制度，建立顶 岗实习质量监督管理机制，制订质量评价指标，对顶岗实习的 全过程进行监督评价。应制订以下管理规定：

（1）学生顶岗实习管理规定；

（2）学生顶岗实习守则；

（3）顶岗实习学生请假、辞职管理制度。

学校应拟定学生实习期间突发事件应急预案；与企业签订 顶岗实习协议，协议应包含顶岗实习的时段、联合培养方案、 承担教师的酬金及责任、顶岗实习管理、学生顶岗实习补助、学生安全保险事宜、企业接收学生就业条件等基本内容，明确 校企双方的责任和义务；还应与学生签订顶岗实习安全教育责 任书；与企业指导教师签订企业兼职教师聘用协议。

校方有义务为学生提供专业对口的顶岗实习岗位。无论是 学校安排还是学生自主联系实习单位，学院均须与实习单位签订实习协议，其内容应包括双方的权利、义务，学生实习期间的待遇及工作时间、劳动安全、卫生条件等，实习协议必须符合相关法律规定。学校的主要负责人为顶岗实习第一责任人。 学校有义务，根据专业培养目标，组织制订实习大纲及实习指 导书、实习计划，并在实习前一周发给学生。校方应与企业协商，确定校内和企业的指导教师、学生的分组等事项。

实习单位负责实习学生的指导、日常管理和安全工作，并 经常与学院保持联系，客观真实地向学院反映学生在单位的实 习情况。实习单位为顶岗实习学生提供专业对口的生产一线岗 位。实习期满后，实习单位应对实习学生给出书面鉴定，填写 “学生顶岗实习考核表”，作为评定学生顶岗实习成绩的依据。 企业有义务为顶岗实习学生购买人身意外伤害保险，预防实习 期间可能发生的人身意外伤害等事故。

（二）过程记录

有条件的学校通过建立学生顶岗实习管理平台，要求学生 每周在平台上填写顶岗实习周记录，周记录内容包括周考勤、安全教育内容、企业文化和企业管理制度、参加的工作内容与收获、学会的新知识和新技术、编制顶岗实习报告提纲、撰写顶岗实习报告等。校内顶岗实习指导教师每周根据学生周记进行指导，并通过顶岗实习管理平台录入周指导记录，内容包括 工作态度教育、劳动安全提示、企业文化与管理制度学习指导、专业方面的指导、顶岗实习报告的指导、对更换实习企业的学生提出办理手续要求等。

没有使用顶岗实习管理平台的学校，可以通过让学生提交 书面或者电子周记录的方式汇报每周的工作情况，教师根据学 生的周总结随时掌握学生的动态，了解学生的工作情况。

另外，教师与学生飞信交流、微信交流或者QQ交流的内 容都可以作为指导过程予以记录。

（三）总结交流

顶岗实习结束后，学生应独立完成实习报告，并在实习结 束后1周内将相关材料交给指导教师。实习报告应包括以下几 个部分：实习单位简介（对实习单位的性质、总体发展状态作 简要报告）；实习记录（要具体真实地记录实习过程、实习内 容）；实习总结（对实习过程和工作内容的感受，应突出实习过 程中本人在职业素质和岗位综合能力等方面提高的内容）。

实习指导教师应做好实习的总结，并对顶岗实施过程和网络化管理过程中取得的成绩和存在的问题进行总结，提出下一 届顶岗实习实施意见。

1.顶岗实习任务书及实习计划

主要内容包括：目标要求，实习岗位, 实习内容，实习时间安排，提交的实习成 果，成绩评定，实习要求等。

2.顶岗实习总结报告

主要内容包括：顶岗实习基本情况，顶 岗实习评价，顶岗实习技术总结，顶岗实习 思想道德总结，对顶岗实习的意见和建议等。

3.顶岗实习三方协议书（格式协议）

主要内容包括：实习时间及地点，各 方权利和义务，实习待遇，协议的生效条 件，协议的终止与解除的条款规定等。

说明：以上参考文本具体由各行指委另行发布。

**电子商务专业**

**人才需求与培养模式改革调研报告**

根据山东省教育厅发布的《关于优化职业教育专业设置的指导意见》与《2023年度山东省职业教育教学改革研究项目立项指南》的要求,根据探索的电子商务专业发展现状以及对电子商务的人才需求,进一步探究人才培养的新模式,并根据社会需求对电子商务专业进行设置与优化,并对人才培养模式进行改革和课程建设,为职业学校电子商务专业建设改革提供依据,完善电子商务的教学标准和人才等级标准,特开展本次调研工作。

**一、调研目的**

**（一）优化电子商务专业结构，促进专业设置与需求对接**

电子商务专业的专业设置要以人才需求为导向，专业设置在让学生学习的同时也要与就业实际相结合。通过专业调研，并根据国家和地方经济发展中对电子商务行业的长期规划，结合电子商务行业发展新情况，以及本地对电子商务行业的发展趋势和人才需求、相关学校的教学条件、师资状况、以及对电子商务的课程设计和技术要求，合理设置、调整方向，优化专业结构，促进专业设置与人才需求对接。

**（二）优化课程体系，加强课程针对性**

电子商务专业人才培养需要精准构建，实现专业课程体系与职业岗位要求“零差距”，适应岗位专业性和复合性发展的新变化。通过调研，明确电子商务专业人才培养目标、电子商务就业岗位应所具备的专业技能以及国家相关的职业标准，优化电子商务人才培养方案，精准构建电子商务课程体系，选取合理教材和设置相应的技能培训课程，实现课程内容与职业需求“零距离”对接。

**（三）改革教学模式，实现教学与需求对接，培养“实用型”人才**

要根据电子商务专业以及岗位能力的需求，要有与企业工作环境一致的实训条件，与生产工作需求相适配的学习软件、项目教材等教学资源。通过对企业调研和企业生产工作的实际内容，了解企业的生产条件、工作流程和技术标准，根据实际需要完善校内实训条件建设、设计教学项目，将实践运用到教学中，培养“实用型”人才，实现教学过程与企业生产过程相对接。

**二、调研过程**

**（一）调研对象：**

本次调研的对象包括电子商务专业相关的行业企业、开设电子商务专业的职业中专、电子商务专业的毕业生和在校生。

**1.行业、企业**

（1）本地企业

为了解就业情况，对临沂附近的电子商务企业进行了调研。

2023年3月13日徐振宾、沈大刚、王博对我市临沂市青岛商至信网络科技有限公司临沂分公司进行了调研。

对青岛商至信网络科技有限公司临沂分公司进行了调研，青岛商至信网络科技有限公司于2001年3月在青岛成立，长期服务于信息化与电子化产业前沿高科技阵地，专业从事于电子商务、营销策划；网站推广、网络营销等相关的网络增值服务。员工主要工作有优化、营销策划、商务推广、市场拓展等工作。在与他们交流时，其建议在培养学生时不但要注意知识的培养，更要侧重综合素质和专业能力的培养，特别要及早对学生进行就业导向的指导及学生优秀品质的培养。

2023年3月16日徐振宾、沈大刚、王博、杨厚强对我市临沂领杰包装有限公司进行了调研。

对临沂领杰包装有限公司进行了调研，临沂领杰包装有限公司成立于2010年，总部位于全国物流之都——山东临沂。自成立以来，公司便专注于包装耗材的研发，生产和销售，其主营产品编织袋、 集装袋、打包袋，从线下到线上，再到线上线下齐头并进，通过创新的互联网服务模式，已为国内外一百多万客户提供了周到的服务。员工工作主要有电商客服服务，仓储管理，财务管理和计算机编程。员工招收对于中专层面的学生主要进生产线实习，或者参与客服工作，希望学生勤奋好学，具有服务意识。

（2）网络调研

山东唯宁商贸有限公司、山东佛芝信息技术有限公司、山东晟之睿电子商务有限公司、山东晨光文具有限责任公司、临沂居然之家家居有限公司、青岛聚品电子商务有限公司、利群集团青岛电子商务有限公司、青岛创意跳动网络科技有限公司、嘉众供应链管理（浙江）有限公司等30余家。

**2.毕业生**

走访了部分毕业生的就业情况，一部分毕业生从事电子商务相关行业，一大部分毕业生从事其他行业。对于电子商务专业来说，从事相关专业的学生较少，通过交流，学生反映上学时的所学的知识层次较浅，需要的技能更多，但学习的技能较少，对工作帮助较少。所以，将教学与实际生产相对接是我们急需完成的。

**3.学校**

临沂新世纪职业中等专业学校、临沂市工业学校、临沂市商业学校等学校。

**（二）调研方法**

1．访谈。访谈的对象主要有企业人事主管、一线员工等。通过对企业人事主管的访谈了解企业岗位设置、人员结构、业绩考核、企业培训等方面的基本情况。通过对主要岗位员工的访谈了解岗位的基本任务，了解需要的基本技能和专业素养。获得企业对电子商务行业现状、电子商务人才所需技能和专业素养、以及电子商务人才需求和岗位需求。

调查毕业学生去向，以及从事工作类型，企业对于电子商务专业毕业生的知识、技能、素质的要求以及与以往有无差别， 毕业生所在单位的人才需求情况。

2．组织电子商务专家座谈研讨。调研对象是具有多年在电子商务行业一线从事工作的骨干人员或管理人员以及高校教授、职业教育专家。调研内容主要是电子商务在工作中的应用以及能力要求。

3．组织企业经营者座谈。调研内容主要是企业需求。

4．实地考察。企业运营与职业学校校办学规模、实训基地建设等方面采用实地考察的调研方法。

5．网络调研。主要调研岗位或职位名称，岗位职责和任职资格等。

6．问卷调查。通过问卷调查、在不受干扰的情况下，获得企业对电子商务人才需求、电子商务人才必备的核心能力以及专业素养的要求。

**（三）调研内容**

1．与专业培养目标对应的主要岗位名称及分布情况；

2．各工作岗位的基本工作任务、职业标准、员工的知识技能和素质要求;

3．行业发展现状与企业的发展规划及用人需求，专业对应的职业资格分析，企业对电子商务专业人才的需求情况；企业对电子商务专业 的职业素质、专业基础知识与核心能力的要求情况;

4．企业人才结构现状、工作岗位设置、技能型人才需求、对中职毕业生的要求等;

5．行业企业的工作流程、管理文化等。

6．专业从业人员的基本情况、专业对应的职业岗位、专业人才结构、专业相关岗位的知识、能力和素质需求、专业人才招聘渠道等。

7．专业点分布和招生与就业情况、专业教学情况及存在的主要问题分析。

8.毕业生调研主要围绕毕业生就业方向、创业展开，调研毕业生职业发展中不同阶段所从事的典型工作任务、工作职责。

9.调研学校专业的招生情况及在校生数量、毕业生数量就业率及就业去向，调研专业人才培养方案、人才培养模式、师资队伍、校企合作、实训条件建设情况，调研本专业对外开展社会服务形式、数量及收益，调研专业建设中取得的成功经验、专业建设的亮点和特色，重点做好专业建设存在困难和问题的调研。

**（四）调研时间和步骤**

1.计划：3月7日至3月11日

根据学校调研方案，制定本专业调研计划，报学校项目建设办公室审核。

2.调研：3月12日至3月22日

工作组根据学校审核同意的专业调研方案开展调研。

3.总结：3月25日至3月31日

工作组撰写总结，形成调研报告。

**（五）参与调研人员**

组 长：徐振宾

副组长：沈大刚

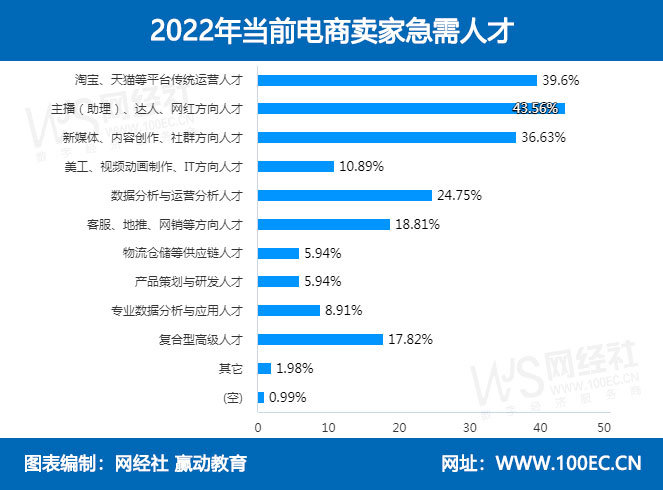
成 员：王博、杨厚强、李晓暖、惠俊红

参与调研的人员包括本专业教学骨干教师，技能大赛优秀辅导教师，他们都有着较为丰富的教学实战经验。

**三、行业、企业及毕业生调研分析**

**（一）行业发展现状**

根据网经社发布的《2022年度中国电子商务人才状况调查报告》显示，被调查企业中，39.6%的企业急需淘宝天猫等传统运营人才；36.63%的企业急需新[媒体](http://www.100ec.cn/zt/jz/" \t "http://www.100ec.cn/_blank)、内容创作、社群方向人才。43.56%的企业急需主播（助理）、网红达人方向人才；24.75%的企业需要数据分析与运营分析人才；18.81%的企业需要[客服](http://www.100ec.cn/Index/complaintData.html" \t "http://www.100ec.cn/_blank)、地推、销售人才。



所以现阶段对电子商务正由传统电子商务转变为社群电子商务，对电子商务人才的要求也逐步提升，新媒体、内容创作、社群方向人才是企业迫切需要的三类人才，并且数据分析应用的需求也逐步提升。被调查企业中，企业对员工 的基本学历要求，中专水平占 9%；大专水平占 59%；本科生水平占 13%；学历不重要，关键看能力占 19%。综合以上分析，电子商务专 业大专人才需求量很大，适合于本专业未来的发展。并且现阶段企业越来越偏重于更有经验的员工，并且被调查企业认为，需要加强实践性教学环节的占65.35%，加强学生职业素质教育的占60.4%，更新教学体系与产业同步的占34.65%，学校与企业合作协同育人的占29.7%。加强实践性教学，以及加强学生职业素质教育是企业最迫切的两大需求。

**（二）企业人才需求**

本次调研设计18家企业，这些企业的性质和属性 100%属 于民营企业，以电子商务专业毕业生就业较多的中小型企业为主，典型性电子商务企业为主。

在调查的企业中，企业现有电子商务人员占据企业人数的大部分，这些说明企业对电子商务人才需求量大。从调查的数来看,企业近三年招聘的岗位中网络销售客服类人才需求量最大占 83.33%,美工类人才55.56%；其次是网络营销推广类50%. 企业人才缺口大的岗位主要是营销推广类岗位，其次是网店运营管理类，这里给我们启示我们在制定人才培养方案主要把电子商务专 业人才定位于运营管理与网络销售客服类人才。

图 1 企业近三年招聘岗位情况

通过对企业的调查，其认为电子商务人才应具备执行、创新、抗压能力、客户服务与管理能力、电子商务数据与分析能力、促销文案与写作能力等核心能力。

图 2 电子商务人才核心岗位能力需求情况

同样，企业对电子商务人才的职业素养也有着相应的要求，企业看重职工的乐观积极向上的职业素养，具有较强的企业文化融入的意识，具备一定的企业职业素养、具有团队协作意思能力。

**（三）工作岗位及工作任务分析**

从调研的企业问卷中可以得出中职电子商务应用专业毕业生的主要工作岗位有电子商务专员、电商运营、销售、计算机安装与调试技术员、网页设计与制作人员、婚纱摄影图像处理人员、包装设计与制作员，各个岗位的工作任务分析见下表：

表 1 电子商务专业岗位分析表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **岗位分析** | | |
| **岗位名称** | **具体工作任务及工作流程** | **职业能力及素养要求** |
| 电子商务专员 | 具体工作任务：  1.通过网络渠道进行客户开发和业务拓展；搜集客户资料并进行沟通,开发新客户;  2.负责管理电子商务平台的商品订单管理及日常平台操作。  3.负责管理电子商务平台的交易投诉，对平台的服务质量和用户满意度负责。  4.及时准确地执行平台营销的各种工作。 | 1.热爱互联网.电子商务行业以及商务营销方面的工作；了解主流网络营销平台  2.有一定的数据分析能力；  3.有网上开店经验者优先；  4.积极主动，擅长沟通，责任心强，团队合作精神，较强的谈判能力和创新能力。 |
| 电商运营专员 | **具体工作任务：**  1.负责公司电商平台运营，包括活动策划、在线宣传推广、活动策划、品牌定位包装及日常运营;  2.根据网站营销数据深入分析，对每个产品的运营情况进行评估，提炼卖点，指导美工进行页面优化，提升搜索量，促进销量;  3.负责收集市场和行业信息，分析竞争对手，关注对手的变化和选款、定价等营销策略，结合本店优势提供有效应对方案;  4.熟悉各电商平台的运营环境、交易规则、淘宝等网站广告资源;  5.每日统计分析最新数据，并根据数据变化采取针对性措施。 | 1.性格外向、反应敏捷、表达能力强，具有强烈的工作责任心额团队合作精神;  2.擅长Excel数据处理，熟练使用PPT等统计分析及展示工具;  3.掌握PS等修图软件，对电脑使用熟练  4.熟悉消费者心理，具有优秀的逻辑分析能力、推广策划能力以及沟通表达能力;  5.熟悉电子商务市场状况和运营规则，具备敏锐的市场洞察力，具有相关产品知识。 |
| 电商物流专员 | **具体工作任务：**  1.根据销售订单安排货物的发货时间，包含到店铺后台预约；  2.统计发货明细，更新发货报表；跟进发货进度，及时处理问题件；  3.与客服沟通加急订单及各种异常订单的处理情况； 与厂家沟通缺货的补货情况及到货时间；  4.与物流公司沟通货物的提送货时间及突发情况的处理；  5.跟踪店铺物流情况及异常情况的处理；   6.完成运营经理安排的其他工作。 | 1.物流及电子商务相关专业优先；  2.具备较好的逻辑思维.能熟练使用WORD，EXCEL应用;  3.热情开朗，细心严谨，具有较强的沟通能力； 具有服务意识及团队合作意识，可以承受工作压力。  4.有相关电商运营及电商物流经验者优先 |
| 网络营销 | 具体工作任务：  1.负责城市优质客户开发。  2.负责公司产品的进店，信息的收集和反馈。  3.协调公司运营资源，对商户进行深度优化，以达到能效最大化。  4.协助公司产品的推广运营，挖掘产品卖点，提出营销创意  5.负责公司自媒体平台的运营与优化，及产品的网络推广工作； 根据推广效果，分析数据并及时反馈和优化推广策略；  6.根据产品推广需求，撰写各类网络软文 | 1.中专及以上学历。  2.对互联网和新兴事物有强烈的好奇心，善于学习，善于分享，善于总结。  3.对销售和市场拓展有着浓厚的兴趣，热爱销售，有强烈的成功欲望和冠军心。  4.有互联网体感，脑洞强大，了解网络社会化媒体推广  5.熟悉各大新媒体平台（包括抖音、快手、小红书等）了解各平台不同特性，  6.性格开朗外向，具有较强的抗压能力，沟通表达能力，业务谈判能力。 |
| 网点在线客服 | **具体工作任务：**  1.通过聊天工具为客户导购，解答顾客对产品的疑问，接待客户、推销产品，促成订单成交；  2.及时、有效、妥善的处理客户的各种问题；  3.协助运营总监产品上下架；  4.对客户反馈的问题和一些沟通的技巧进行总结和分析，向其部门提出建议和改进措施等；  5.服从公司工作安排，抗压能力强，能长期稳定的做好工作。 | 1.打字速度60字/分钟以上；  2.淘宝/天猫1年客服工作经验，熟悉淘宝规则，能力表现强的可以放宽经验条件；  3.良好的语言表达能力，有耐心，遇到比较难缠的客户可以耐心仔细的解答，有一定的团队协作精神；  4.思维灵活，具有较强的引导力、亲和力以及较强的责任心。 |

**四、中职学校本专业现状**

**（一）专业点分布及招生规模**

通过走访调研省内部分职业学校，电子商务专业每个学校每年招生数量都在100—200人，办学规模在所在学校都属于骨干专业，学生整体素质因学校办学目标与追求有所不同，有的学校追求办学规模，有的压缩规模注重提升办学质量，从招生的方式来看也各有不同。

**（二）培养目标**

目标定位准确，立足当地，突出为区域经济服务的指导思想，按企业对该专业人才培养的要求设计课程体系，教学改革体现产教学结合的办学特色。主要开设Photoshop、网店推广、网络营销实操等专业化方向，基本与行业企业要求相一致。

**（三）师资队伍**

师资队伍由专任教师与专兼职教师组成，教师朝着“双师型教师”发展，但仍存在着学历与专业水平参差不齐，教师结构与质量不能满足学生数量的问题。

**（四）教学条件**

随着国家教育部门的高度重视，教学条件较往年都有大幅提升，设备设施不断补充完善，现阶段教室、教学资源库等智能化、现代化的教学手段已应用到平时的教学过程中，提高了教学的效率，能够使用更多方法进行教学，但也存在个别职业学校实训实习基地建设不完善、设备设施更新慢、教学资源老旧等问题。

**（五）课程体系**

课程体系建设因办学单位主导思想不同也有着一些差异，有些学校是根据教学大纲来执行学科体系，基础课、专业课、实践课并驾齐驱；有些学校采用的是通过工作过程或者是任务来驱动教学；有些则采用通过项目来让学生在实践中学习。虽然采用了不同的课程体系来引领教学，但是与现阶段快速发展并且趋于成熟的电子商务，课程体系仍旧划分不够合理，教学内容与实践无法对接，仍旧缺乏电子商务人才所需的核心能力，与市场需求存在着较大的差距。

**（六）人才培养模式**

各学校基本都采用“工学交替、双向评价、能力定位、专项培训”的工学结合人才培养模式，引企入校、协同育人，工学结合、协同培养，部分学校还进行了现代学徒制试点。

**（七）教学模式、方法和手段**

根据各学校开设课程方向不同，教学过程中采用的教学方法也有所不同，主要采用启发式教学、案例教学、演示教学、合作学习、项目教学等，配合数字化教学资源，让学生更好地理解和掌握比较抽象的原理性知识。

**五、调研总结**

（1）通过本次调研分析对电子商务专业面向的岗位或职位建议如下：电子商务专员、电子商务运营、市场推广、客服

（2）电子商务专业的专业定位的计划如下：

①面向区域：立足临沂及周边城市，再扩展到像杭州等电商发展迅速的的城市；

②面向单位：电子商务公司、广告公司、影视公司、及企事业单位中相关工作岗位；

③面向岗位：电子商务专员、电子商务运营、网络营销、网点在线客服；

④具备技能：数据分析能力；使用Photoshop对对产品进行页面优化；软文营销能力、营销方案策划、客户服务能力、运营推广能力。

⑤培养人才：本专业培养德、智、体全面发展，具有电子商务的基础理论知识，具备商务礼仪、顾客沟通、消费者心里分析、市场营销、商品知识、商品文案写作、会计基础、市场调查、经济法等知识，熟悉我国有关经济方面的法律法规与方针、政策。具备商务英语口语、演讲口才、电子商务、国际贸易、物流配送、店铺创业，以及相关产品知识与技能。

1. 通过对典型工作岗位的典型工作任务的分析，对电子商务专业的课程开设建议如下：办公软件、PS、运营推广、营销策划、网络营销实训。
2. 经过本次调研后，主要收获如下：

①获取了电子商务专业主要面向岗位；

②获取各岗位主要职责和任职要求；

③明确各岗位的工作任务，并归纳出基本工作；

④明确了工作任务的相关知识、技能、素养要求。

**六、专业教学改革的计划**

**（一）培养目标与专业方向**

**1.培养目标**

培养目标：培养适应社会主义市场经济建设需要，德智体美全面发展，面向山东省及周边地区的加工制造、房地产、保险、化工、汽车等各类商品零售行业，掌握必备的文化基础知识、专业知识和专业技能，具有创业意识和创业能力，具有良好的职业道德，能胜任各种具体电子商务工作的中等应用型技能人才。

专业方向：主要面向电商运营、网络营销、客服以及推销实务、商务谈判、市场营销策划、广告、渠道营销、客户关系管理、销售人员财会知识、网物流管理等相关职业；学生在校内可以获得本专业相关资格。

**2.人才培养规格**

（1）电子商务专业基本素质要求

①流利的口头表达能力和良好的沟通能力；

②人际交往和团结协作能力；

③商品推销能力。

④具有对新知识、新技术的学习能力,以及通过不同途径获取信息的能力。

（2）电子商务专业基本知识要求

本专业毕业学生应具备的知识要素：具备德育、语文、数学、英语、计算机应用基础、体育与健康、公共艺术等基础知识。具备推销实务、商务谈判、市场营销策划、广告、渠道营销、客户关系管理、销售人员财会知识、网络营销等相关专业知识。

（3）电子商务专业基本能力要求

① 商务文案写作能力

通过网络营销实训、商务软文写作课程的学习，达到熟练使用计算机及相关设备完成商务文案写作任务。

② 商品推销能力

通过网络营销实训、商品图片与视频处理技能实训、网络文案实训等课程，达到商品推销能力。

③分析消费者心理的能力

通过店铺运营、沟通技巧、商务礼仪掌握与客户的沟通技巧，完成商品的推销和售后的处理。

④ 市场调研与分析能力

通过网络营销实训、网络推广、以及办公软件的学习学会对市场的数据进行筛选和分析，完成对市场的调研，掌握市场的发展趋势。

⑤专业就业能力

结合专业知识通过项目式教学、专业实习培养学生的产品营销、客户服务、以及商品图片处理的能力。

**3.服务面向**

电子商务公司、文秘办公、广告公司、零售行业

**4.专业方向**

学生毕业有直接就业和升学深造两个方向。本专业毕业生，可以在电子商务公司、文秘办公、广告公司、零售行业等企业事业单位，从事网络岗位的相关工作。也可以通过相应招生考试进入高等院校继续学习深造。

**（二）人才培养模式**

以培养职业能力与深入学习为目标，通过螺旋式上升的方式加强学生基础知识和专业能力的培养，第一个学期主要以专业知识与政治思想课为主，让学生明确专业前景以及专业基础知识；第二个学期开设技能课程，让学生开始掌握基本的工作流程和培养学生核心技术能力；之后的学期加强对专业知识的深度了解和专业技能的实际操作，以及岗位流程的认识。最后一学期，将采用顶岗实习培养学生的职业能力。通过校内校外两个学习地点的学习，使学生的基本能力、专业能力、综合能力、职业能力层层递进，螺旋式上升。

**（三）课程体系**

根据电子商务专业岗位技能、知识水平以及职业素养等各方面的具体要求，将本专业课程进行以下归类：

1.根据电子商务行业行业对人才知识的要求合理设置公共基础课和专业基础课；

2.根据电子商务行业对从业人员技能的要求合理设置专业核心课程；

3.根据电子商务行业对人才素质的要求合理设置专业拓展课程。

**（四）师资队伍建设**

师资队伍的建设也不能脱离实际需要，也就意味着师资队伍的建设离不开校企合作，通过校企合作提升专业老师的教学能力和技能素养，并且通过校企合作更能通过对电商人才的实际需求让人才需求更加明确，方便优化后续课程设置。同时也有利于教师改变教学观念和育人模式，拓宽教师来源渠道，优化电子商务专业教师资源配置。同时也要注意教师应该朝“双师型”教师发展；学校要加大师资队伍建设的资金投入，着力培养“双师型”教师队伍中的专业带头人，通过参与教学改革，国内外进修、科研课题等活动，保证电子商务专业老师能够深入学习，提高自身专业性。并且从制度上保证他们履行职责，制定具体的任期考核指标，实行动态管理，设立专项资金用于教学科研活动，提高他们在技能大赛、行业企业技术服务领域的影响力，带动“双师型”师资队伍的形成和整体水平的提高。

**（五）实训、实习条件**

目前，中等职业学校电子商务校内实训建设与专业技能人才培养目标要求还存在差距，校外实习条件仍待改善，邀请有经验的专业的电商人员指导，建设与电子商务专业相适应的实习实训基地。要切实建设好电子商务专业实训基地，学校要主动邀请行业、企业、高等院校的专家及工程技术人员，共同参与专业实训基地建设方案的研讨与规划。具体目标：一是实训设备充足，满足学生实训的需要；二是创作条件，坚持以生产型设备投入为主，技术水平接近或达到企业水平；三是通过各种途径培养经验丰富的实训教师。

**(六)专业建设思考计划**

1.进一步加强校合作，实施“校企合作，工学交替”的人才培养模式，达成校企共育人，共发展的目标。

2.完善校内外生产性实训基地建设，使学生在学习期间开展生产性实训得到有力保障。

3.从工作岗位具体工作任务出发，改革课程体系，完善基于工作任务导向的课程体系。

4.将工作任务融入到学习内容，将行动领导转化为学习领域，改革教学内容，开发特色校本教材。

5.改革教学方法，以工作任务为导向，采用“项目引领、任务驱动”的教学方法。

6.改革教学评价方式，采用作品评价为主的过程性评价，采用学校、企业、社会多元参与评价方式，注重培养就业能力、创业能力，促进学生全面发展、终身发展。

7.加强师资队伍建设。培养专业知识扎实、实践动手能力强的“双师型”教师队伍，让专业教师参加真实项目设计与制作，提高“双师”素质。