



枣庄科技职业学院

Zaozhuang Vocational College of Science&Technology

电子商务专业 人才培养方案

20
19



(B类/C类学生)

二〇一九年九月

一、教学计划

(一) 专业名称：电子商务

(二) 专业代码：630801

(三) 招生对象：退役军人、下岗失业人员、农民工

(四) 学制与学历：二至六年弹性学制，专科学历

(五) 就业面向

电子商务专业主要培养面向中小制造业企业、服务型 IT 企业、流通企业和物流企业，从事产品与服务的营销、服务、物流以及相关商务类工作的应用性人才。

本专业方向毕业生主要面向中小企业及商务机构，从事网络营销、客户服务与管理、商务网站策划、管理、运行和维护、信息采集与处理、国际商贸、网络广告营销、物流等与电子商务相关的工作。

(六) 培养目标及培养规格

本专业培养德、智、体、美全面发展，具备大专生应有的基本思想道德素质及相应的文化科学知识；熟悉经济管理与现代商务的基本理论，掌握现代电子商务技术与政策法规，了解电子商务活动基本流程；掌握一定计算机网络及信息技术的基本原理及应用能力；具有现代经营意识和战略眼光，能够在政府机构、企事业单位从事电子商务开发、应用与管理、网络贸易与营销活动、制造业企业信息化管理工作的技能人才。

1. 知识要求

(1) 了解基本的商务礼仪常识。

(2) 了解营销的基础知识。

(3) 掌握计算机应用基础知识，能使用计算机常用工具软件（包括网络工具软件）处理日常工作文档，满足工作需求。

(4) 掌握电子商务基础知识，能熟练使用互联网交易平台处理 B2B、

B2C、C2C、团购等商务活动。

(5) 掌握电子商务网站信息采集与信息加工的相关知识、能完成信息搜集、原创、编辑、发布等信息处理工作。

(6) 掌握电子商务物流配送相关知识，能完成商品打包、订单处理、配送等环节的重要工作，符合企业规范。

(7) 掌握电子商务网站相关知识，能根据需求，设计网站风格、网页布局、网站色调等，并使用设计类工具软件呈现设计效果图。

(8) 掌握网络营销相关知识，能根据需求，操作站内和站外推广媒介，达到网络营销目的。

(9) 掌握电子商务日常工作中客户服务相关专业知知识，能按照服务规范与流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

2. 能力要求

(1) 能熟练使用 Windows 操作系统和 Office 软件，在因特网上检索、浏览、下载和收发信息。

(2) 能够利用英语熟练进行商务谈判、撰写外贸函电、填制贸易单据。

(3) 能够创建并运营网上商店和网上商城

(4) 能够进行企业国际网络贸易的业务操作

(5) 能够组建并维护小型办公网络

(6) 能够进行企业信息化建设、运营与管理

(7) 能够利用网络营销工具实现企业网络营销

3. 素质要求

(1) 沟通表达：在不同场合恰当地使用语言与他人交流，能合理地运用信息撰写较规范的应用文，如报告、计划、论文、总结等，且书写工整。

(2) 自我管理：确定符合实际的个人发展方向并制定切实可行的发展规划。安排并有效利用时间完成阶段工作任务和学习计划，抑制不正当需求，集中精力不断获得新知识，适应新环境。

(3)创新能力：在学习和工作中，勤于思考，乐于提问，敢于发表自己的见解。在实训和毕业设计中，勤于动脑，勇于探索，有一定的创新意识。

(4)团队合作能力：能够与他人以及组织相互协调，互相合作完成任务。

在充分调研的基础上，从以下几个方面分别描述人才培养规格、毕业生应具备的基本素质和核心技术技能。

（七）职业能力和职业资格标准分析

（1）技术类人才岗位方向细分：

1) 电子商务平台设计（代表性岗位：网站策划/编辑人员）：主要从事电子商务平台规划、网络编程、电子商务平台安全设计等工作。

2) 电子商务网站设计（代表性岗位：网站设计/开发人员）：主要从事电子商务网页设计、数据库建设、程序设计、站点管理与技术维护等工作；

3) 电子商务平台美术设计（代表性岗位：网站美工人员）：主要从事平台颜色处理、文字处理、图像处理、视频处理等工作。

（2）商务类人才岗位方向细分：

1) 企业网络营销业务（代表性岗位：网络营销人员）：主要是利用网站为企业开拓网上业务、网络品牌管理、客户服务等工作。

2) 网上国际贸易（代表性岗位：外贸电子商务人员）：利用网络平台开发国际市场，进行国际贸易。

3) 新型网络服务商的内容服务（代表性岗位：网站运营人员/主管）：频道规划、信息管理、频道推广、客户管理等。

4) 电子商务支持系统的推广（代表性岗位：网站推广人员）：负责销售电子商务系统和提供电子商务支持服务、客户管理等。

5) 电子商务创业：借助电子商务这个平台，利用虚拟市场提供产品和

服务，又可以直接为虚拟市场提供服务。

（3）综合管理人才岗位方向细分：

1) 电子商务平台综合管理（代表性岗位：电子商务项目经理）：这类人才要求既对计算机、网络和社会经济都有深刻的认识，而且又具备项目管理能力。

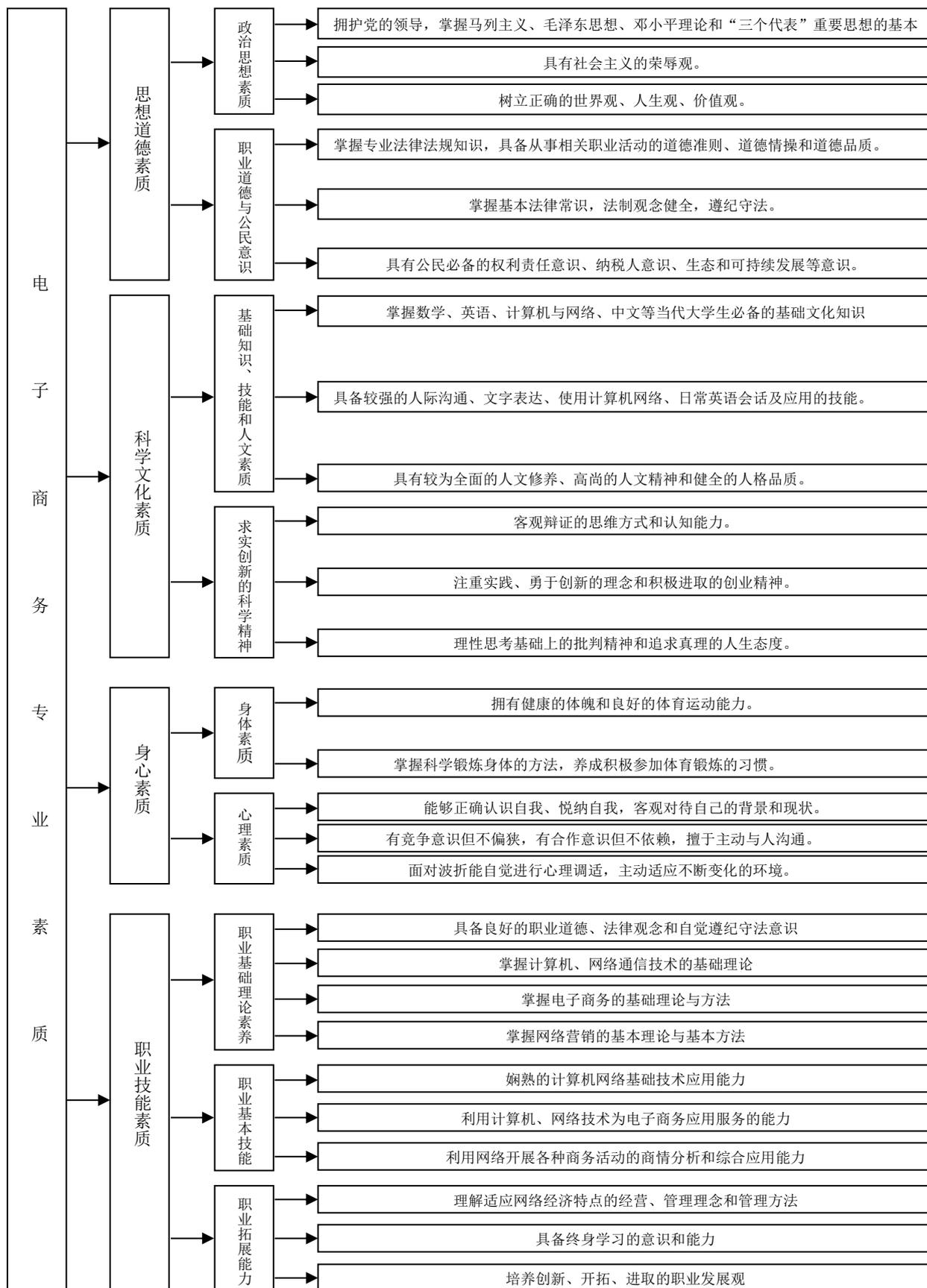
2) 企业电子商务综合管理（代表性岗位：电子商务部门经理）：主要从事企业电子商务整体规划、建设、运营和管理等工作。

（八）职业证书

电子商务员（国家职业资格四级）、助理电子商务师（国家职业资格三级）、电子商务师（国家职业资格二级）、高级电子商务师（国家职业资格一级）。

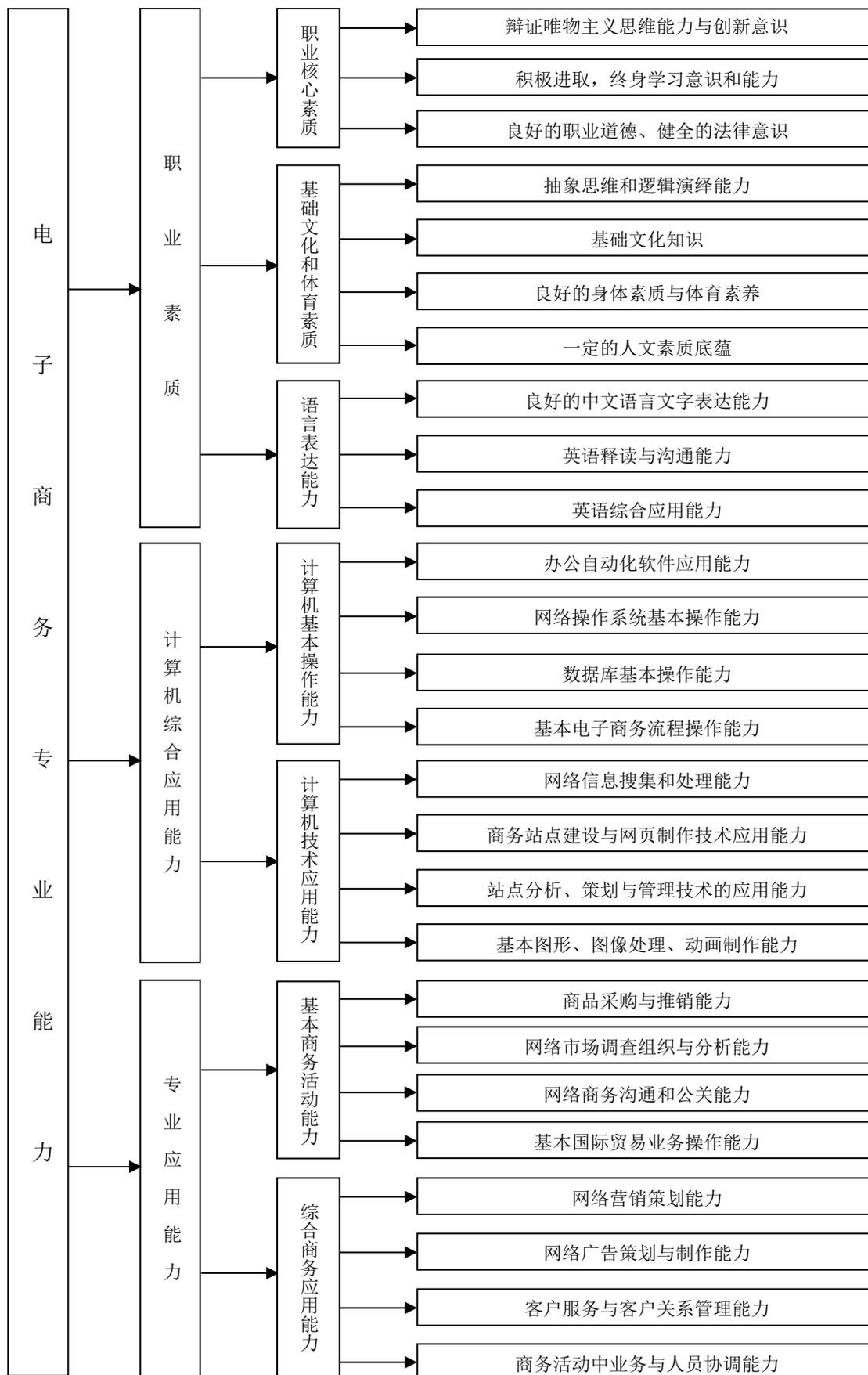
（九）课程结构框架

附表一：专业素质框图



附表

附表二：电子商务专业综合能力框图



附表三：电子商务专业课程体系框图

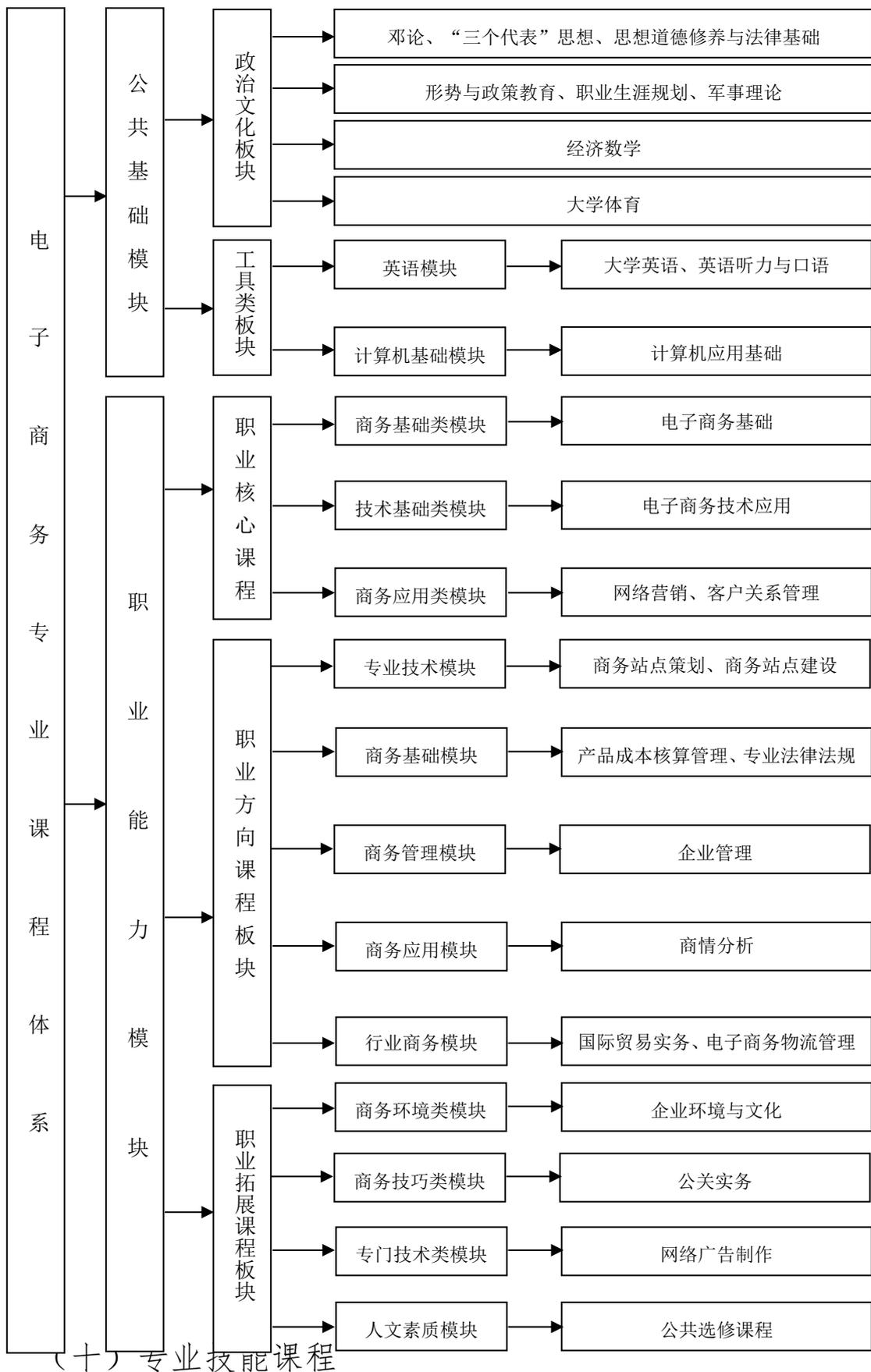


表 1 专业核心课程学习情境总表

学习情境 核心课程	学习情境 1	学习情境 2	学习情境 3	学习情境 4	学习情境 5
H1: 电子商务概论	电子商务的认识	实现电子商务 网络技术平台	实现电子商务的 商务条件	电子商务 典型应用	电子商务 解决方案
H2: 电子商务物流 管理	物流管理简单实 例运作	包装、运输、装 卸搬运、仓储管 理	物流配送、采购, 供 应链管理	物流信息系统	物流组织与控制
H3: 网络营销理论 与实务	网络营销入门	网络营销市场 调研与营销策 划	网络营销技术	网络营销实施	网络营销的管理 与控制
H4: 网店美工	了解店铺装修	店铺装修四大 要点	饰品店铺制作	店招与导航的设 计	首页欢迎模块的 设计
H5: 电子商务网站 建设	电子商务网站建 设市场调研	电子商务网站 规划	电子商务网站运营 环境配置	电子商务 Web 网 页制作	网站动态网页制 作
H6: 电子商务法	商务法基础	数据电文法律 问题	电子认证与电子签 名	电子合同法律问 题	电子支付法律问 题

(十一) 教学时间安排及课时建议

对录取的 B 类学生, 按照“标准不降、模式多元、学制灵活”原则, 创新教学组织形式、教学模式, 实施分类教学, 统筹利用日常教学时间和周末、寒暑假、晚间等, 坚持集中教学和分散教学相结合, 学校学习和教学点学习、社区学习、企业学习相结合, 可“送教进社区”、“送教入企业”, 线上教学与线下教学相结合, 鼓励支持与行业企业联合开展教学、实训, 实施学徒制人才培养、订单培养、定向培养等, 确保课程不少、学时不减、标准不降、质量不低。学校的教学计划、教学内容、课程课时及实习实训地点、教学形式、课程表、评价考核标准、纪律要求等, 要通过学校官网及时发布, 并传达到每一名学生学习和遵守。

制订人才培养方案，合理设置课程体系，实行学分制的，要明确规定必修学分和选修学分数量，一般以 16-18 学时计为 1 个学分。其中，B 类、C 类学生每学年集中学习时间不少于 400 学时，确保授课的系统性和完整性。高度重视思想政治教育、传统美德教育、职业道德教育，将其贯穿于人才培养方案制订和实施的各个领域和环节，切实做到“三全”育人。

表 2 教学进程表

课程类别	序号	课程名称	学分	学时	实践比例	授课方式	学期周数与周学时					
							1	2	3	4	5	6
							20	20	20	20	20	20
公共基础学习领域	1	思想道德修养与法律基础	2	48	10%	理	48					
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	6	96	40%	理		48	48			
	3	形势与政策	2	60	30%	理+实	每学期安排讲座、报告会、观看视频、学生自学					
	4	计算机文化基础	3	48	30%	理+实	48					
	5	社交与礼仪	3	48	100%	实践	48					
	6	大学英语	8	132	10%	理	36	48	48			
	7	高等数学	5	84	10%	理	36	48				
	8	普通话	2	36	100%	实践	36					
	9	职业生涯规划	3	48	100%	实践		48				

	划										
10	心理健康教育	2	48	50%	理	48					
	小计	36	648			192+	144+	96+3			
						72	78	0			
专 业 学 习 领 域	11	初级会计	4	72	10%	理	72				
	12	管理学基础	4	72	10%	理	72				
	13	经济学基础	4	72	100%	实践		72			
	14	电子商务物流管理	4	72	100%	实践		72			
	15	电子商务概论	4	72	60%	理		72			
	16	网上电子支付与结 算	3	48	100%	实践			48		
	17	电子商务法	4	72	40%	理			72		
	18	网络营销理论与实 务	4	72	100%	实践			72		
	19	网络广告图像与动 画处理 (PS)	4	108	90%	理			72		
	20	电子商务案例分析	4	72	100%	实践				72	
	21	国际贸易理论与实 务	4	72	20%	理				72	
	22	网店运营与推广	4	72	100%	实践				72	
	23	电子商务网站建设	4	72	80%	理				72	
	24	网店美工	7	126	100%	实践				126	
	25	客户关系管理	3	60	20%	理					60
	26	商务谈判	3	60	100%	实践					60
	27	消费心理学	3	60	100%	实践					60
	28	数据库基础	3	60	80%	理					72
	29	互联网金融	3	60	60%	理					72
	30	跨境电子商务	3	60	50%	理					60
31	顶岗实习	16	408	100%	实践						408

	32	毕业设计										
	小计		998	1842			144	72+1 44	144+ 120	144+ 270	264+1 20	408
拓展 学习 领域	26	应用文写作										
	29	商品摄影	2	36	100%	实践					36	
	33	移动电子商务	2	36	100%	实践					36	
	34	两课实践										
	3											
	小计		4	72	100%							108
合计			137	2562	52%		408	438	450	414	432	408

(十二) 教学建议

1. 深化教师教材教法改革

适应“互联网+职业教育”要求，加快建设符合项目式、模块化教学需要的教学创新团队，以及不同生源所需的专业教师队伍，积极推动教师教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的变革，不断增强化解教学、管理、服务过程中出现的各种问题的能力。健全教材选用制度，组建学校教材选用委员会，优先选用体现新技术、新工艺、新规范的教材，开发适用于不同生源类型的新型活页式、工作手册式教材，引入典型生产案例，建设一批职业教育专业教学资源库，为学生提供丰富的

“线上+线下”混合式学习资源。坚持分类施教、因材施教，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广混合式教学、理实一体教学等教学模式，促进自主泛在个性化学习。

2. 创新考核评价方式

创新思想政治教育考核方式，学校、社区、企业、家庭协同配合，以过程性和日常学习考核评价为主，不断增强思想政治教育的针对性和实效性。严格公共基础课程和专业课程考试考核标准，以全日制高职院校相同公共基础课程、专业课程标准为依据，综合运用考试、综合评价、技能监测等多种方式，分类对学生的学习成果进行考核评价，将平时学习、参加学习讨论、作业完成情况等纳入考核，加大技能考核权重，其中，考试均采用集中考试方式进行。探索开展“1+X”证书制度试点，健全以证代考制度，探索实现职业技能等级证书与学历证书互通衔接，取得相应职业技能等级证书、职业资格证书和行业企业实践经历，经科学评估可记入本人学业学分，冲抵学时。通过山东省职业教育教学资源共享平台学习的成果可计入学分。不得以全部的企业工作内容和工作时间替代必要的在校学习内容和在校学习时间，不得以任何原因、任何形式降低毕业门槛，确保毕业质量。

（十三）专业社会服务能力提升建议

1. 社区服务

让专业走进社区，利用新媒体技术，为社区工作提供助力，比如，为社区建立服务公众号，提高社区工作效率，更好的改善居民的生活需求，提高生活质量。

2. 社会服务

通过前期对本地旅游资源的宣传，利用电子商务专业技能，服务本地

自驾游及周边游，起到很好的宣传带动作用，尤其是本地区红色旅游文化，起到了很好的宣传引导作用。

3. 企业服务（企业走进校园，专业走进企业）

通过近几年的专业发展，我们已经与本地的电商企业及外地电商企业建立了长期合作的模式。

一是，企业走进校园。我们与本地乐华电子科技有限公司合作，在校内建立了淘宝、多媒体营销实训室；与武汉中部对外合作，计划在校内建立跨境电子商务实训室，更好的为学生建立与时俱进的实训平台，也为企业跨境电子商务商业活动提供了人才储备资源。

二是，专业走进企业。通过前期的教学实践，本专业的学生，走进京东物流、苏宁电器物流、泰安服务外包公司等，实现了对电子商务物流、客户服务管理等专业技能的实训工作，也为企业发展做出一定的贡献，实现了校企合作的双赢局面。

（十四）继续专业学习深造建议

为体现终身学习理念，明确本专业毕业生继续学习的渠道和接受更高层次教育的专业面向。本专业，是经济管理类专业，与市场营销专业等相关专业连通性较强，学生可以通过专升本的方式选择继续深造。

二、课程（项目）教学标准

外语、专业基础课、专业技能课、毕业顶岗实习和毕业设计（制作）均需编制课程标准。其他公共必修课、公共选修课、专业选修课、素质拓展课等可不编制课程标准。

《管理学基础》课程标准

课程代码:080070

总学时: 36 学时

学 分: 2

适用专业: 电子商务

目 录

第一部分 课程概述.....	17
一、课程性质与定位.....	17
二、学习领域（典型工作任务）描述.....	17
第二部分 课程目标.....	2
一、总体目标.....	18
二、分类目标.....	18
第三部分 内容标准.....	19
一、学习内容结构安排.....	19
二、教学单元内容要求.....	20
第四部分 实施建议.....	28
一、教学实施建议.....	28
二、教学考核评价建议.....	28
三、课程资源的利用与开发建议.....	28
第五部分 附 录.....	30

第一部分 课程概述

一、课程性质与定位

1、课程性质

《管理学基础》是会计电算化专业的必修专业基础课。

2、课程定位

在会计电算化专业中居于辅助地位的必修课。管理学基础是一门实践性和理论性、科学性和艺术性兼而有之的应用性学科，是也是管理类各专业的一门基础课程。

二、学习领域描述

该课程旨在让学生树立现代管理的思想观念，掌握和运用管理学的基本原理和方法，提高自身的管理素质，培养和提高学生的理论素质和实践技能，并通过实践技能训练，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为学生就业打下坚实的理论基础和职业基础。

以就业为导向，以能力为本位，以职业技能为主线，以单元项目课程为主题，以夯实基础、适应岗位为目标，尽可能形成模块化课程体系。具体学习项目的选择和编排。以学习单元为基础，基本依据是：一是按照“管理认知、预测与决策、计划与组织、领导与激励、沟通与控制、管理创新”的逻辑顺序；二是从基础知识体系构建角度，保持管理的基本技能、基本知识、基本理论之间的内在必然关系。

第二部分 课程目标

一、总体目标

课程以培养基层管理岗位综合管理技能为目标；要求学生理解所授课程的管理基础知识与先进管理思想；主要培养学生四大关键能力，计划与组织的能力、领导与控制的能力、协调与沟通的能力和学习与创新的能力。

二、分类目标

1、知识目标

认识和理解管理的重要性和普遍性，了解古今中外管理思想的发展，理解古典管理理论和行为科学的内容。

2、能力（专业能力、方法能力、社会能力等）目标

理解并掌握管理的基本原理与方法，掌握管理的计划、组织、领导、控制、创新等职能的基本内涵、要求及科学有效实现的方法。

运用所学管理知识进行具体的管理案例分析，并能够在学完课程后对管理实践进行考察。

通过管理学知识的学习而真正学会并能够用自己的头脑来思考管理学理论与实践问题。

3、素质（情感、态度、价值观等）目标

通过课堂学习与实践体验，树立正确的人生观、职业道德、社会责任感，养成认真负责、谦虚谨慎的工作作风，在困难面前，勇于坚持，迎难而上。

第三部分 内容标准

一、学习内容结构安排

序号	教学单元	学时安排	
1	第一单元 管理认知	1.1 管理、管理者与管理学	4
		1.2 管理思想与管理理论	4
2	第二单元 预测与决策	2.1 预测	4
		2.2 决策	6
3	第三单元 计划与组织	3.1 计划	6
		3.2 组织	6
4	第四单元 领导与激励	4.1 领导	6
		4.2 激励	6
5	第五单元 沟通与控制	5.1 沟通	4
		5.2 控制	4
6	第六单元 管理创新	管理创新	4
合计			54

二、教学单元内容要求

根据管理学中相关的专业知识内容的有关要求，本课程安排了6个学习模块，通过6个模块中学习情景中的工作任务，进而掌握“预测与决策”、“计划与组织”、“领导与激励”、“沟通与控制”、的有关知识。达到掌握管理基本职能的要求。学习模块的设计思路是：目标——方法——过程——结果的顺序执行，计划总课时52，具体内容如下表：

1、第1单元 管理认知

序号	学习任务	学习目标	学习内容	考核评价	学时	教学（训练）方法、手段	说明
1-1	1.1 管理、管理者与管理学	<p>知识目标：</p> <p>1、掌握管理的概念与职能；</p> <p>2、掌握管理者的技能与角色；</p> <p>3、掌握管理的原理与方法。</p> <p>能力目标：</p> <p>1、根据管理材料初步建立起对管理的认识能力；</p> <p>2、会用管理的基本知识分析简单的管理问题的能力。</p>	<p>1、教师在课堂上讲授管理的重要性、管理的概念与职能、管理的原理与方法、管理者的技能与角色、管理学的研究对象等知识。</p> <p>2、学生通过对企业管理的具体案例分析，建立起对管理的感性认识。</p> <p>3、对学生的练习结果，教师和学生进行共同分析，贯穿有关的知识内容。</p>	<p>①考核学生的听课和训练态度</p> <p>②练习完成的质量</p> <p>③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力</p>	4	<p>①讲解与分析</p> <p>②任务驱动</p> <p>③分析讨论</p>	
1-2	1.2 管理思想与管理理论	<p>知识目标：</p> <p>1、掌握中国管理思想、泰罗的科学管理理论及梅奥的行为科学理论；</p>	<p>1、教师通过大屏幕或板书讲解中国管理思想的产生及发展、西方管理思想及管理理论、管理与环境的关</p>	<p>①考核学生的听课和训练态度</p> <p>②练习完成的质量</p> <p>③对有关管理的基</p>	4	<p>①讲解与分析</p> <p>②任务驱动</p> <p>③分析讨论</p>	

		2、理解管理与环境的关系。 能力目标： 1、能正确运用相关的管理思想与管理理论分析企业中存在的管理现象。	系； 2、布置工作任务，学生实际练习，教师巡回检查 3、联系学生做的情况，教师集中讲解分析存在的问题。	本知识和基本理论的运用能力			
--	--	--	---	---------------	--	--	--

2、第2单元 预测与决策

序号	学习任务	学习目标	学习内容	考核评价	学时	教学（训练）方法、手段	说明
2-1	预测	知识目标： 1、理解预测的概念； 2、掌握预测的程序与方法。 能力目标： 能运用预测知识处理企业案例。	1、教师在课堂上讲授预测的概念、预测的程序与方法；。 2、学生实际运用预测理论处理企业案例。 3、对学生的处理结果，教师和学生进行共同分析，贯穿有关的知识内容。	①考核学生的听课和训练态度 ②练习完成的质量 ③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力	4	①讲解与分析 ②任务驱动 ③分析讨论	

2-2	决策	<p>知识目标:</p> <p>1、了解决策的基本理论和类型;</p> <p>2、掌握决策的技术与方法。</p> <p>能力目标:</p> <p>能运用决策的技术与方法进行企业决策</p>	<p>1、教师讲解决策基本理论; 决策的类型、决策的技术与方法;</p> <p>2、布置工作任务, 学生实际练习, 教师巡回检查;</p> <p>3、联系学生做的情况, 教师集中讲解分析存在的问题。</p>	<p>①考核学生的听课和训练态度;</p> <p>②练习完成的质量; ③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力</p>	6	<p>①讲解与分析</p> <p>②任务驱动</p> <p>③分析讨论</p>	
-----	----	--	---	--	---	---	--

3、第3单元 计划与组织

序号	学习任务	学习目标	学习内容	考核评价	学时	教学(训练)方法、手段	说明
3-1	计划	<p>知识目标:</p> <p>1、掌握计划的程序与方法;</p> <p>2、掌握目标管理的基本内容和活动过程。</p> <p>能力目标:</p> <p>1、能熟练运用计划的程序</p>	<p>1、教师在课堂上讲授计划工作的含义及其重要性; 计划的程序与方法; 目标管理的基本内容和活动过程;</p> <p>2、学生就某一项管理工作做一个计划。</p>	<p>①考核学生的听课和训练态度</p> <p>②练习完成的质量</p> <p>③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力</p>	4	<p>①讲解与分析</p> <p>②任务驱动</p> <p>③分析讨论</p>	

		与方法； 2、能运用目标管理分析和解释企业的管理行为。	3、共同讨论有关问题。				
3-2	组织	知识目标： 1、理解组织工作的原则； 2、掌握组织结构的类型及特点； 3、掌握组织变革的原因、动力与阻碍。 能力目标： 能根据提供的材料识别或绘制组织结构图。	1、教师在课堂上讲授组织的概念和类型、组织工作的原则、组织结构的类型及特点、组织设计的意义、程序和内容、组织结构的发展趋势、组织变革的原因、动力与阻碍； 2、给学生提供某公司的组织材料，以检验学生对组织知识的理解与掌握程度。 3、共同讨论有关问题。	①考核学生的听课和训练态度； ②练习完成的质量；③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力	8	①讲解与分析 ②任务驱动 ③分析讨论	

4、第4单元 领导与激励

序号	学习任务	学习目标	学习内容	考核评价	学时	教学（训练）方法、手段	说明
----	------	------	------	------	----	-------------	----

4-1	领导	<p>知识目标：</p> <p>1、掌握领导者与管理者的区别；</p> <p>2、掌握领导理论；</p> <p>3、了解领导理论的新观点。</p> <p>能力目标：</p> <p>能运用领导理论分析和解释企业有关领导问题。</p>	<p>1、教师在课堂上讲授；人性理论；领导理论；领导理论的新观点。</p> <p>2、学生进行领导工作的有关练习。</p> <p>3、共同讨论有关问题。</p>	<p>①考核学生的听课和训练态度</p> <p>②练习完成的质量</p> <p>③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力</p>	6	<p>①讲解与分析</p> <p>②任务驱动</p> <p>③分析讨论</p>	
4-2	激励	<p>知识目标：</p> <p>1、掌握激励理论及应用；</p> <p>2、了解激励的原则；</p> <p>3、了解激励的基本途径与手段。</p> <p>能力目标：</p> <p>能运用激励理论分析和解释企业有关激励问题。</p>	<p>1、教师在课堂上讲授激励理论及应用、激励的原则、激励的基本途径与手段。</p> <p>2、学生进行激励工作的有关练习。</p> <p>3、共同讨论有关问题。</p>	<p>①考核学生的听课和训练态度；</p> <p>②练习完成的质量；</p> <p>③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力</p>	6	<p>①讲解与分析</p> <p>②任务驱动</p> <p>③分析讨论</p>	

5、第五单元 沟通与控制

序号	学习任务	学习目标	学习内容	考核评价	学时	教学（训练）方法、手段	说明
5-1	沟通	<p>知识目标：</p> <p>1、掌握沟通的形式和方法；</p> <p>2、理解沟通的原则和要求；</p> <p>3、掌握沟通的障碍与克服。</p> <p>能力目标：</p> <p>能正确掌握沟通的方法，清楚如何克服沟通障碍。</p>	<p>1、教师在课堂上讲授沟通的概念与基本类型；沟通的形式和方法；沟通的原则和要求；沟通的障碍与克服。</p> <p>2、学生进行沟通任务的训练。</p> <p>3、共同讨论有关问题。</p>	<p>①考核学生的听课和训练态度</p> <p>②练习完成的质量</p> <p>③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力</p>	4	<p>①讲解与分析</p> <p>②任务驱动</p> <p>③分析讨论</p>	
5-2	组织类型	<p>知识目标：</p> <p>1、掌握控制的性质及类型；</p> <p>2、掌握控制的方法。</p> <p>能力目标：</p> <p>能正确掌握控制的方法，清楚如何进行有效控制。</p>	<p>1、教师在课堂上讲授控制的性质及类型；控制的方法；控制工作的步骤和要求。</p> <p>2、学生进行控制任务的训练。</p> <p>3、共同讨论有关问题。</p>	<p>①考核学生的听课和训练态度；</p> <p>②练习完成的质量；</p> <p>③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力</p>	4	<p>①讲解与分析</p> <p>②任务驱动</p> <p>③分析讨论</p>	

6、第六单元 管理创新

序号	学习任务	学习目标	学习内容	考核评价	学时	教学（训练）方法、手段	说明
6-1	管理创新	<p>知识目标： 掌握创新理论与技能。</p> <p>能力目标： 能根据企业面临的问题进行一定的管理创新。</p>	<p>1、教师在课堂上讲授企业家和企业家精神；创新的价值和源泉；创新理论；创新技能；</p> <p>2、学生根据提供的管理创新案例进行练习；</p> <p>3、对学生的练习结果，教师和学生进行共同分析，贯穿有关的知识内容。</p>	<p>①考核学生的听课和训练态度</p> <p>②练习完成的质量</p> <p>③对有关管理的基本知识和基本理论的运用能力</p>	4	<p>①讲解与分析</p> <p>②任务驱动</p> <p>③分析讨论</p>	

第四部分 实施建议

一、教学实施建议

1、教学方法按照模块教学要求，采用理论实践一体化教学模式，充分运用多媒体、实践场地等教学环境和先进的教学手段。尝试着分组学习（每组 6-8 人），以锻炼学生的团队的沟通与协作。通过实训作业（任务）驱动教学，配合以小组汇报演示，引导同学们积极参与，提升动手（说和做）能力。

2、小班化教学，班级学生数以 40 人为宜。

3、课时的分配按照教学内容能够灵活组合，开学初即制定详细的计划，课余时间实训室能够开放。

二、教学考核评价建议

对学生的评价与考核分三个部分：职业素养考核、知识考核、技能考核：

1、职业素养考核，包括平时的出勤率、听课态度（课堂发言），完成实训作业任务的情况等，占总评价成绩的 40%左右。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、期末考试，卷面考核学生对理论的实际掌握情况，占 60%左右。

3、鼓励学生参加管理类职业资格考试。

三、课程资源的利用与开发建议

1、充分利用校内已有的实训设施，结合实际工作中的管理岗位设计开

发教学项目，以实训为主要的教学载体，配备完整的工具、材料等，作为教学实施的主要场景。

2、开发实训指导书、教师指导书、网络资源等；

3、选择部分企事业单位建立一批较为稳定的校外实训基地。

第五部分 附 录

1、教材编写建议

(1) 以理论知识和技能实训相融合为切入点，以认知和能力训练为核心，以构建知识体系和能力训练体系为主线，以体现时代性、立体性和动态性为要求、达到以学生为主体、有所创新、有所特色、适应高职教学的开发目标。力求符合高等职业教育的特点和要求，明确知识教学体系和能力教学训练体系。重构基础、反映前沿、突出重点，全教材具有可读性、趣味性、实践性、层次性。

(2) 教材呈现文本格式要图文并茂，文本表述由学习目标、学习提示、正文知识、扩展知识、理论链接、案例资料、实训资料等组成。

课程标准制订人： 马培幸

审核人：

制订日期：2016年8月17日

《电子商务物流管理》课程标准

总学时：36

适用专业：高职高专及成人院校电子商务、物流管理、贸易经济

一、本课程地位、性质和任务

《电子商务物流管理》课程 2 学分，总学时为 36。本课程紧紧围绕电子商务环境下物流管理理论与实践，突出了现代物流管理理论的时代性、系统性和精益性，同时体现了现代物流管理的实务性、探索性和可操作性。

主要任务：通过对《电子商务物流管理》课程的学习，使学生能够理论联系实际，强调锻炼学生的思维能力及运用知识解决问题的能力。

二、课程教学的基本要求

正确理解电子商务环境下物流管理基本知识、基本理论，了解现代物流管理理论的发展动向；掌握现代物流管理方法的主要内容，学会运用所学知识分析物流案例；学会跟踪现代物流管理的发展动态。

三、课程学时分配、教学要求及主要内容

（一）课程学时分配一览表

章节	主要内容	总学时	学时分配				
			讲授	案例	习题	实验	其他
第一章	电子商务与现代物流	8	6	2			
第二章	电子商务物流信息技术	10	8	2			
第三章	电子商务环境下供应链管理	8	6	2			

第四章	电子商务环境下的物流外包	10	8		2		
第五章	电子商务物流模式	10	8	2			
第六章	电子商务环境下采购与生产物流管理	10	8	1	1		
第七章	电子商务环境下仓储管理	8	7			1	
第八章	电子商务环境下运输与配送管理	8	5	2		1	
第九章	电子商务环境下的物流服务	8	5	2		1	
合计		80					

(二) 课程教学要求及主要内容

第 1 章 电子商务与现代物流

学习目标

知识目标	<ul style="list-style-type: none"> ● 电子商务与现代物流的基本概念； ● 电子商务物流的特点； ● 电子商务与现代物流的关系； ● 电子商务物流的发展概况 	
能	专业能	能够应用相关理论知识分析现代物流对电子商务发

力 目 标	力	展的影响程度
	方法能 力	<ul style="list-style-type: none"> ● 具有基本的现代物流与电子商务之间关系的现实感知； ● 具有一定的分析现代物流对电子商务发展影响的逻辑思路
	社会能 力	<ul style="list-style-type: none"> ● 拥有良好的职业道德与职业感知； ● 具备一定的沟通能力和较强的团队合作精神； ● 关注行业发展，善于思考行业热点现象或问题

任务一 物流概述

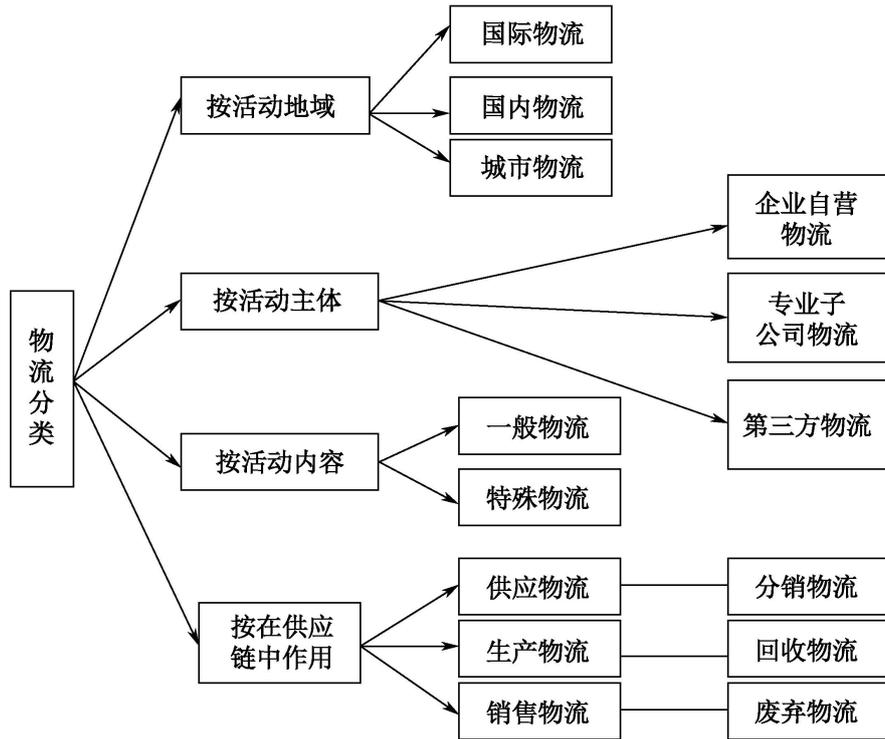
一、物流的概念

1. 物流概念的产生与发展
2. 物流的定义

物流 (Logistics) 是指物品从供应地向接收地的实体流动过程。根据实际需要，将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。

二、物流的分类

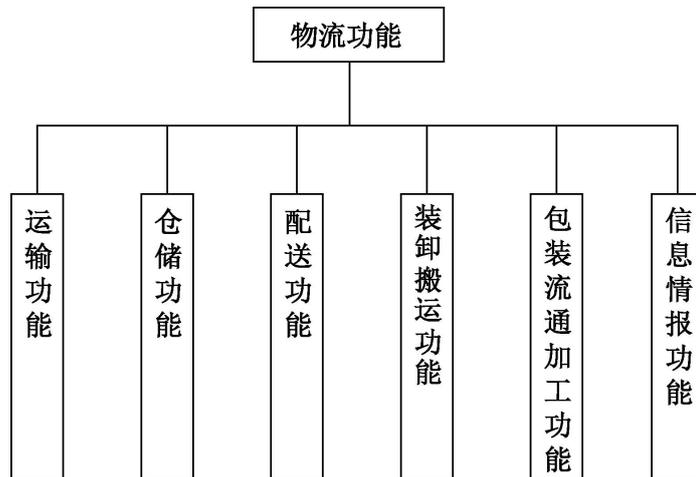
1. 按照物流活动的地域范围分类
2. 按照物流活动的内容分类
3. 按照物流活动在供应链中的作用分类
4. 按照物流活动的主体分类



三、物流的作用与功能

1、物流的作用

2、物流的功能



任务二 现代物流管理

一、物流管理的概念

物流管理 (Logistics Management) 是指为以合适的物流成本达到用户满意

的服务水平，对正向及反向的物流活动过程及相关信息进行的计划、组织、协调与控制。

二、现代物流管理的基本原则

- 1、服务性原则；
- 2、通用性原则；
- 3、合理化原则

三、现代物流管理的特点

综合性特点；新颖性特点；智能性特点。

四、现代物流管理的内容

- 1、对物流活动诸环节的管理
- 2、对物流系统诸要素的管理
- 3、对物流活动中具体职能的管理

五、相关链接

任务3 电子商务与现代物流

一、电子商务物流的概念

1. 电子商务物流含义

电子商务物流就是在电子商务的条件下，依靠计算机技术、互联网技术、电子商务技术以及信息技术等所进行的物流（活动）。

2. 电子商务物流的研究对象

二、现代物流在电子商务中的地位和作用

三、电子商务与现代物流的关系

1. 电子商务是现代化物流和信息技术发展的产物
2. 电子商务离不开现代物流

3. 现代物流是实施电子商务的根本保证
4. 电子商务会促进物流技术的大发展

四、电子商务物流的特点

1. 信息化；
2. 自动化；
3. 网络化；
4. 智能化；
5. 柔性化。

五、电子商务物流的发展趋势

1. 多功能化—物流业发展的方向
2. 一流的服务—物流企业的追求
3. 信息化—现代物流业的必由之路
4. 全球化—物流企业竞争的趋势
5. 标准化—现代物流合理化的基础

第2章 电子商务物流信息技术

学习目标

知识目标		<ul style="list-style-type: none"> ● 物流信息技术、物流条码、物联网、EDI\GPS\GIS\RFID等概念； ● 电子商务物流信息技术的发展概况； ● 主要的物流信息技术类型； ● 物流信息技术对现代物流业发展的意义与作用
能力	专业能力	能够结合实际情况分析物流信息技术对现代物流发展的影响程度

目 标	方法能力	<ul style="list-style-type: none"> ● 具有基本的电子商务物流信息技术实际应用的现实感知； ● 具有一定的分析物流信息技术对现代物流发展影响的逻辑思路
	社会能力	<ul style="list-style-type: none"> ● 拥有良好的职业道德和较强的团队合作精神； ● 具备一定的电子商务物流信息技术分析与应用能力； ● 关注电子商务物流信息前沿技术的发展态势,勤于思考电子商务物流信息技术行业热点现象或问题

任务一 物流信息

一、物流信息在电子商务物流中的地位

二、电子商务物流信息的特征

1. 物流信息具有量大、分布广的基本特点
2. 物流信息具有很强的时效性
3. 物流信息种类多

三、电子商务物流信息的作用

1. 支持市场交易活动
2. 支持业务控制
3. 支持工作协调
4. 支持决策和战略功能

四、电子商务物流信息的种类

1. 按信息领域不同分类
2. 按信息作用不同分类
3. 按信息加工程度不同分类

4. 按活动领域不同分类

五、电子商务物流信息的收集与传递

任务2 EDI 技术

一、EDI 的发展背景

二、EDI 的概念及作用

1. EDI 的概念

EDI 是参加商业运作的双方或多方按照协议，对具有一定结构的标准商业信息，通过数据通信网络，在参与方计算机之间所进行传输和自动处理。

2. EDI 作用

(1) 降低了纸张的消费。

(2) 减少了许多重复劳动，提高了工作效率。

(3) EDI 使贸易双方能够以更迅速有效的方式进行贸易

(4) 可以提高存货的效率，大大提高他们的竞争能力。

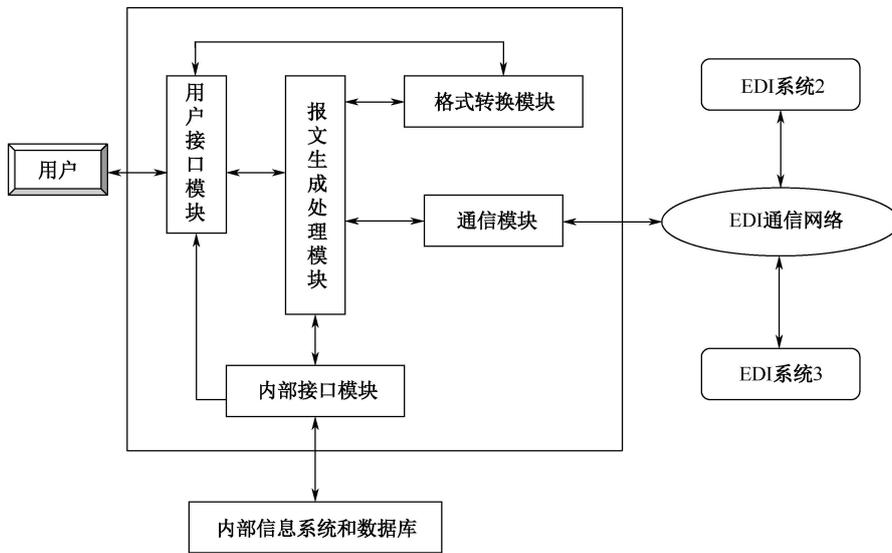
三、EDI 组成

1. 计算机应用系统

2. 通信网络

3. EDI 标准

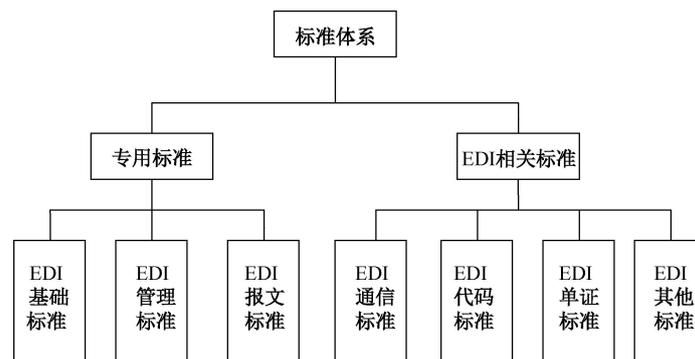
EDI 标准主要包括以下内容：语法规则、数据结构定义、编辑规则与转换、公共文件规范、通信协议、计算机语言。



EDI 系统示意图

四、EDI 标准

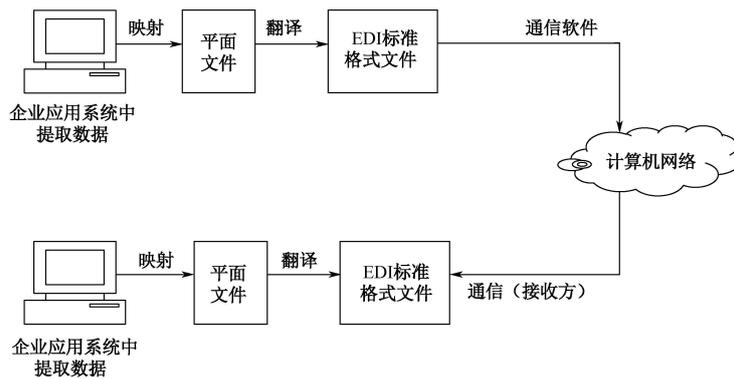
1. EDI 标准的基本内容



2. EDI 标准三要素

数据元；数据段；标准报文。

五、EDI 的工作流程



六、EDI 在现代物流中的应用

物流 EDI 是指货主、承运业主以及其他相关的单位之间，通过 EDI 系统进行物流数据交换，并以此为基础实施物流作业活动的方法。

物流模型的一般流程：

1. 发送货物业主制定货物运送计划
2. 发送货业主下达发货指令
3. 运输业主确认并运送货物
4. 收货业主验收货物

任务 3 自动识别技术

一、商品条形码的概念和内容

1. 条形码的概念

条形码是由宽度不同、反射率不同的条和空，按照一定的编码规则（码制）编制而成，用以表达一组数字或字母符号信息的图形标识符。

2. 条码设备

条码自动识别技术系统由条码标签、条码生成设备、条码识读器和计算机组成。

(1) 条码标签

(2) 条码识读设备

3. 条码编码方式

(1) 一维条码

目前使用频率最高的几种码制是 EAN 码（国际物品条形码）、UPC 码（通用产品条形码）、39 码、Code 93 码、库德巴码、交插 25 码和 128 码。

(2) 二维条码

4. 商品条码

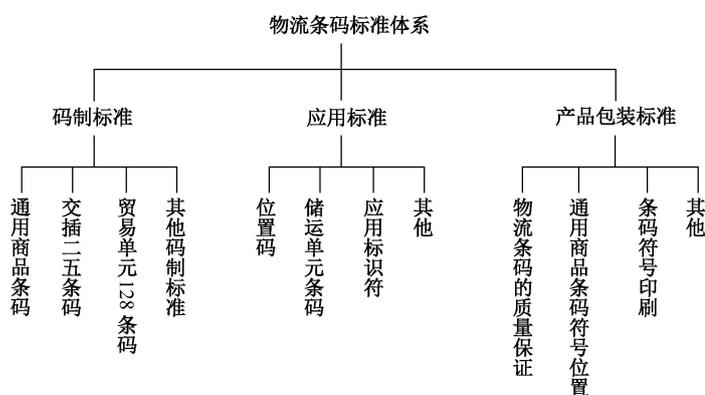
二、物流条码与商品条码

1. 物流条码

物流条码是指专门应用于物流领域的条码，即用在商品装卸、仓储、运输等配送过程中的识别符号。

2. 物流条码与商品条码的比较

三、物流条码标准体系



1. 码制标准

(1) 通用商品条码。

(2) 交插二五条码。

(3) 贸易单元 128 条码（EAN-128 条码）。

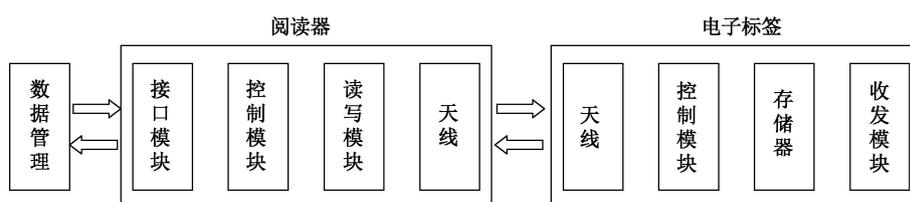
2. 应用标准

四、射频识别技术

1. 射频识别技术的概念及特征

射频识别技术 RFID (Radio Frequency Identification Technology) 是利用无线电波对记录媒体进行读写。

2. RFID 系统的组成及其工作原理



3. RFID 系统的分类

根据 RFID 系统完成的功能不同,可以粗略地把 RFID 系统分成四种类型: EAS 系统、便携式数据采集系统、网络系统和定位系统。

4. RFID 技术的应用

任务 4 GPS 技术和 GIS 技术

一、GPS 技术

1. GPS 的概念

全球定位系统 GPS (Global Positioning System, GPS) 是利用多颗通信卫星对地面目标的状况进行精确测定的系统。

2. GPS 的组成

- (1) GPS 卫星星座。
- (2) 地面监控系统。
- (3) GPS 信号接收机。

3. GPS 在物流领域的应用

二、GIS 技术

1. GIS 的概念
2. GIS 在物流领域的应用

第 3 章 电子商务环境下供应链管理

学习目标

知识目标	<ul style="list-style-type: none">● 供应链、供应链管理、QR\ECR\EOS 等概念；● 供应链管理思想的产生和发展过程；● 供应链主要类型、供应链管理的基本方法；● 基于供应链管理的物流系统	
能力目标	专业能力	能够结合实际情况分析供应链管理对电子商务物流发展的影响程度
	方法能力	<ul style="list-style-type: none">● 具有基本的电子商务供应链管理实际应用的现实感知；● 具有一定的分析供应链管理方法对电子商务物流发展影响的逻辑思路
	社会能力	<ul style="list-style-type: none">● 拥有良好的职业道德和较强的团队合作精神；● 具备一定的供应链管理模式分析与应用的能力；● 关注电子商务环境下供应链管理的发展态势,追踪分析基于供应链管理物流系统热点现象或问题

任务 1 供应链管理概述

一、供应链管理思想的产生和发展过程

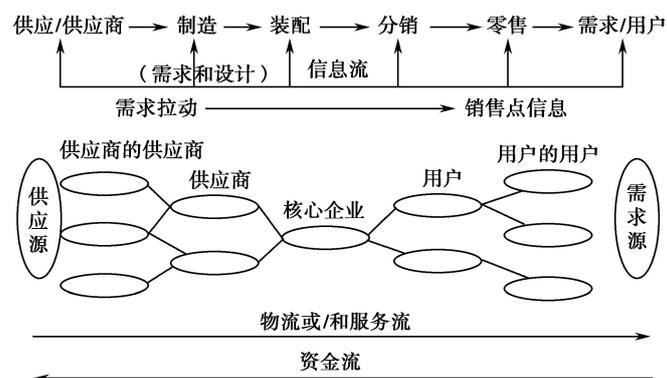
1. 供应链管理思想的产生

2. 供应链管理思想的发展
3. 现行企业运作模式与供应链管理思想的冲突
4. 全球供应链发展的趋势

二、供应链的概念

供应链是指生产及流通过程，涉及将产品或服务提供给最终用户活动的上游与下游组织所形成的网链结构。

三、供应链的结构模型



四、供应链的类型

1. 从供应链在企业 and 部门中的适应性方面分类
2. 从供应链存在的稳定性方面分类
3. 从供应链容量与用户需求的关系方面分类
4. 按照供应链的功能模式分类
5. 按照供应链的运行模式分类
6. 从供应链的空间范围来划分

五、供应链管理的概念

供应链管理指的是对供应链的物流、信息流、资金流、价值流以及工作进行计划、组织、协调与控制。

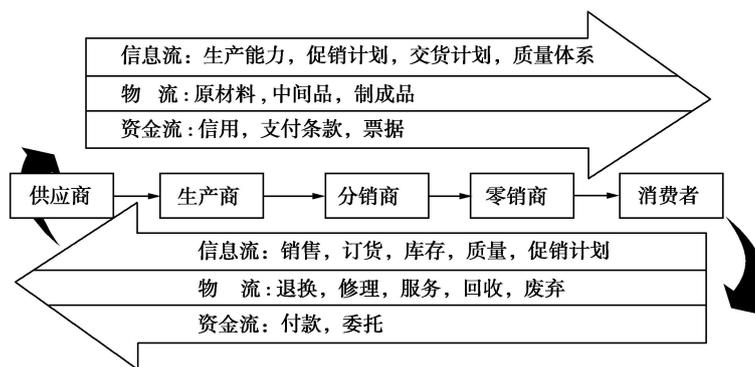
六、供应链管理的特点

七、供应链管理的目标

1. 合适的客户
2. 合适的产品和合适的数量
3. 合适的地点
4. 合适的状态与包装
5. 合适的时间
6. 合适的成本费用

八、供应链管理流程

1. 供应链管理流程分析



2. 牛尾效应

任务 2 供应链管理中的物流管理

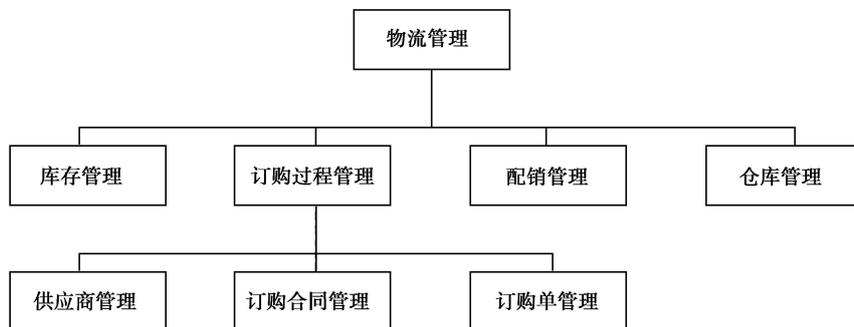
一、供应链管理与物流管理的关系

二、供应链管理环境下物流管理的新特点

1. 信息的共享性
2. 过程的同步性
3. 响应的敏捷性
4. 合作的互利性
5. 服务的满意度

三、供应链管理中物流管理的基本功能

1. 库存管理
2. 订购过程管理
3. 配销管理
4. 仓库管理



四、供应链管理中物流管理的目标与要求

任务3 供应链管理的策略

一、快速反应

1. 快速反应的定义

我国 2006 年修改的国家标准《物流术语》（GB/T18354—2006）中对快速反应（Quick Response, QR）的定义是：“供应链成员企业之间建立战略合作伙

伴关系，利用 EDI 等信息技术进行信息交换与信息共享，用高频率、小批量配送方式补货，以实现缩短交货周期，减少库存，提高顾客服务水平和企业竞争力为目的的一种供应链管理策略。”

2. 成功实施 QR 的条件

3. 实施快速反应的阶段

二、高效客户反应

1. 高效客户反应的定义

我国 2006 年修改的国家标准《物流术语》（GB/T18354—2006）中对高效客户反应（Efficient Customer Response, ECR）的定义是：“以满足客户要求和最大限度降低物流过程费用为原则，能及时做出准确的反应，使提供的物品供应或服务流程最佳化的一种供应链管理策略。”

2. 实施 ECR 的原则

3. 实施 ECR 的办法

三、电子订货系统

1. 电子订货系统的涵义

电子订货系统（Electronic ordering system, EOS），是指企业间利用通讯网络（VAN 或互联网）和终端设备以在线联结（ON-LINE）方式进行订货作业和订货信息交换的系统。

2. 企业应用 EOS 系统的基础条件

3. EOS 的构成

电子订货系统的构成内容包括：订货系统、通信网络系统和接单电脑系统。

4. EOS 系统的操作流程

任务 4 我国供应链管理面临的问题

- 一、供应链管理存在的普遍问题及趋势
- 二、我国供应链管理的基本情况
- 三、我国供应链管理存在的主要问题

第 4 章 电子商务环境下的物流外包

学习目标

知识目标	<ul style="list-style-type: none"> ● 物流外包、物流一体化、第三方物流、第四方物流等概念； ● 物流外包产生与发展概况； ● 电子商务环境下物流外包的意义与作用； ● 电子商务环境下物流外包的策略 	
能力目标	专业能力	能够结合实际情况分析电子商务环境下第三、四方物流运作的基本模式
	方法能力	<ul style="list-style-type: none"> ● 具有基本的电子商务环境下第三、四方物流实际应用的现实感知； ● 具有一定的分析电子商务环境下物流外包策略应用的基本能力
	社会能力	<ul style="list-style-type: none"> ● 拥有良好的职业道德和较强的团队合作、沟通能力； ● 具备一定的电子商务环境下物流外包的分析与应用能力； ● 关注电子商务环境下物流外包的发展动态,认真思考电子商务环境第三、四方物流热点现象或问题

任务 1 物流外包概述

一、企业物流外包的由来及发展概况

二、企业物流外包的优势

集中精力发展核心业务；减少投资，降低风险；降低成本；提升企业形象；提高企业的运作柔性。

三、企业物流外包的风险

四、企业物流外包决策的影响因素

任务2 物流外包策略

一、宏观对策

1. 为现代物流发展创造良好环境；
2. 加快物流标准的制订；
3. 加快物流基础设施的建设；
4. 加强物流学科建设，加快人才培养。

二、微观对策

1. 克服观念和制度上的障碍；
2. 引进物流管理人才；
3. 制定与企业发展战略相适应的外包决策；
4. 选择合适的物流外包服务商；
5. 签订明细的合作协议，在合作中增进双方的信任；
6. 完善绩效监督与评价体系；
7. 开拓全球性物流，寻求全球性市场空间。

任务3 第三方物流

一、第三方物流的概念及特征

1. 第三方物流的概念

国家标准(GB/T18354-2001)物流术语给出的第三方物流的概念是：“第三方物流是指由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式。”第三方就是指提供物流交易双方的部分或全部物流功能的外部服务提供者。在某种意义上可以说，它是物流专业化的一种形式。

2. 第三方物流的特征

3. 第三方物流的作用

二、第三方物流创造价值的途径和方法

1. 第三方物流企业的利润来源

2. 第三方物流企业创造价值的途径和方法

提高运作效率；注重与客户运作的整合；提高发展客户的运作能力；加强纵向或横向的整合。

三、第三方物流企业的客户及其管理

四、第三方物流发展战略

任务4 第四方物流

一、第四方物流概述

1. 第四方物流的概念

第四方物流（Fourth Party Logistics，简称4PL）的概念，最早由全球500强企业之一的管理咨询、信息技术和外包服务公司安德森咨询公司提出，其定义是“一个供应链集成商，调集和管理组织自己的以及具有互补性的服务提供商的资源、能力和技术，以提供一个综合的供应链解决方案”。

2. 第四方物流的特点

(1) 提供了一个综合性供应链解决方法，以有效地适应需方多样化和复杂化的需求，集中所有资源为客户完美地解决问题；

(2) 通过影响整个供应链来获得价值，与类似外包的供应链的区别之一在于

其能够为整条供应链的客户带来收益。

二、与第三方物流的异同

三、运作模式

1. 协同运作模式；
2. 方案集成商模式；
3. 行业创新者模式。

四、第四方物流模式与电子商务关系

五、发展第四方物流的对策

第5章 电子商务物流模式

学习目标

学习目标	知识目标	<ul style="list-style-type: none">● 自营物流、共用物流系统、物流联盟、B2B/B2C/C2C 物流模式等概念；● 电子商务物流模式选择的基本因素；● B2B/B2C/C2C 物流模式的主要类型；● 电子商务物流模式选择对促进电子商务发展的现实意义与作用
	专业能力	能够结合实际情况分析 B2B/B2C/C2C 物流模式具体应用
	方法能力	<ul style="list-style-type: none">● 具有基本的电子商务物流模式实际应用的现实感知；● 具有一定的分析 B2B/B2C/C2C 物流模式对促进电子商务发展的逻辑思路
	社会能力	<ul style="list-style-type: none">● 拥有良好的职业道德和较强的团队合作精神；● 具备一定的 B2B/B2C/C2C 物流模式分析与应用能力；● 关注电子商务物流领域的发展态势，勤于思考 B2B/B2C/C2C 物流配送热点现象或问题

任务1 电子商务物流模式概述

一、自营物流系统模式

1. 自营物流系统概述
2. 自营物流系统的优势
3. 自营物流系统的不足

二、共用物流系统模式

1. 共用物流系统模式概述
2. 共用模式的优势
3. 共用模式的不足

三、第三方物流系统模式

四、物流联盟模式

1. 物流联盟模式概述
2. 物流联盟的优势
3. 物流联盟的不足

任务2 B2B物流模式的选择

一、B2B 电子商务物流概念

B2B 电子商务物流是指企业间基于电子商务化和网络化的信息流、商流、资金流下的物资或服务的配送活动。

二、B2B 电子商务物流需求特点

三、交易平台在 B2B 物流中的对接作用

四、B2B 电子商务交易平台物流运作模式

企业自建物流体系模式；第三方物流模式；物流企业联盟模式；第四方物流模式。

任务3 B2C物流模式的选择

一、B2C 电子商务物流模式概念

B2C 电子商务物流配送，就是信息化、现代化、社会化的物流配送，它是指物流配送企业采用先进的信息化技术，针对社会需求，严格、守信用地按用户的订货要求，进行一系列分类编配、整理、分工、配货等理货工作，定时、定点、定量地交给没有范围限度的各类用户，满足其对商品的需求。

二、电子商务对 B2C 物流配送提出的新要求

1. 物流配送信息化
2. 配送流程自动化
3. 物流服务系列化
4. 物流管理柔性化

三、B2C 电子商务物流模式选择影响因素分析

四、B2C 电子商务物流模式

1. 采用邮政特快专递（ems）服务的物流模式
2. 网站自建配送的物流模式
3. 借助第三方物流企业的模式
4. 网站与传统商业结合的模式
5. 共同配送模式

任务4 C2C物流模式的选择

一、C2C 物流配送模式概念

C2C 电子商务物流配送，是指物流配送企业针对客户的需求，进行一系列分

类、编码、整理、配货等理货工作，按照约定的时间和地点将确定数量和规格要求的商品传递到用户的活动及过程。

二、C2C 电子商务物流配送特征

三、C2C 物流配送模式的主要影响因素

四、C2C 电子商务的物流模式

1. 物流联盟模式
2. 便利店模式
3. 物流代理模式
4. 指定或推荐物流模式

第 6 章 电子商务环境下采购与生产物流管理

学习目标

知识目标		<ul style="list-style-type: none"> ● 电子采购、JIT 采购、生产物流、MRP\JIT 生产等概念； ● 电子商务环境下采购与生产物流的主要特征； ● 电子商务环境下采购管理的基本模式和主要策略； ● 电子商务环境下生产物流的基本流程与主要策略
能力目标	专业能力	具有一定的电子商务环境下采购与生产物流的运作能力
	方法能力	<ul style="list-style-type: none"> ● 具有基本的电子商务物环境下采购与生产物流实际应用的现实感知能力； ● 具有一定的基于供应链管理平台分析电子商务环境下采购与生产物流运作的的能力
	社会能力	● 拥有良好的职业道德和较强的团队合作精神；

	<ul style="list-style-type: none">●具备一定的电子商务环境下采购与生产物流运作的分析与应用能力；●关注电子商务环境下企业采购与生产物流运作的发展态势，勤于思考电子商务环境下采购与生产物流运作的热点现象或问题
--	---

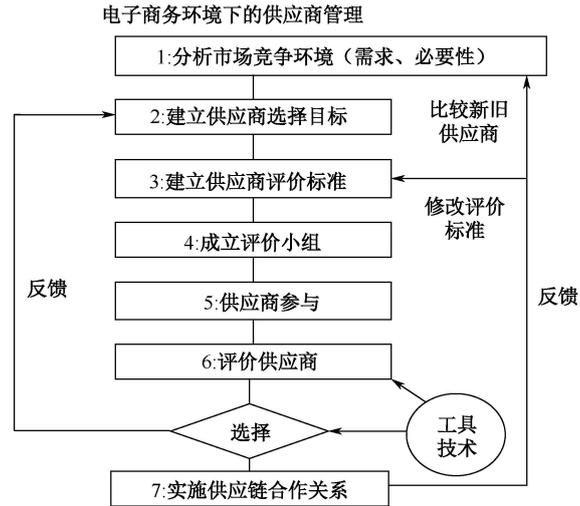
任务 1 电子商务条件下的采购管理

一、采购管理概述

1. 电子化采购管理的概念
2. 电子采购管理的内容

电子商务环境下的采购管理有四个方面的内容：业务支持、业务审核、优化调整、批准实施。

3. 电子采购管理系统



二、基于互联网的采购管理

三、网上采购管理与传统采购管理的差异

四、供应链下采购模式的优化

五、电子商务条件下的采购订单管理

任务2 电子商务条件下的生产物流管理

一、生产物流概述

1. 生产物流的概念

生产物流是指生产过程中原材料、在产品、半成品、产成品等在企业内部的实体流动。生产物流是制造产品的工厂企业所特有的，它和生产过程同步。

2. 影响生产物流的主要因素

3. 合理组织生产物流的基本要求

4. 生产物流的设计原则

无用功最小原则；流动性原则；准确性原则；

二、生产物流的类型

1. 从生产专业化的角度划分

2. 从物资流向的角度分

三、生产物流的特征

四、生产物流的计划与控制

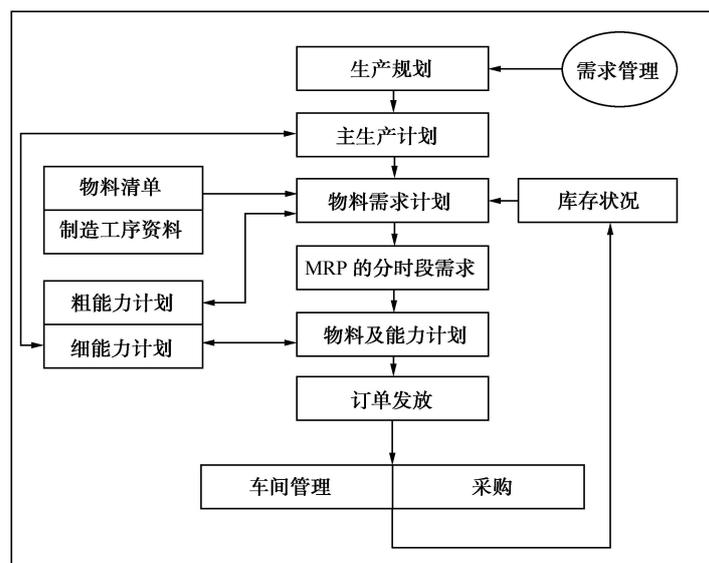
任务3 物料需求计划（MRP）

一、物料需求计划的含义

MRP 是 Material Requirements Planning 的缩写，中文通常翻译为“物料需求计划”，其含义是利用物料清单、库存数据和主生产计划计算物料需求的一套技术。

二、MRP 逻辑原理

1. 物料清单 BOM (Bill of Material)
2. 主产品进度计划 MPS (Master Production Schedule)
3. MRP 闭环 (Closed Loop)



MRP 逻辑原理图

三、制造资源计划 MRP II

1. 制造资源计划 MRP II 的含义
2. MRP II 与 MRP 的关系

3. MRP II 逻辑原理

任务 4 准时制 (JIT) 生产物流

一、JIT 概念

准时生产方式基本思想可概括为“在需要的时候，按需要的量生产所需的产品”，也就是通过生产的计划和控制及库存的管理，追求一种无库存，或库存达到最小的生产系统。

二、JIT 生产方式的目标

三、JIT 生产方式的基本手段

适时适量生产；弹性配置作业人数；质量保证；看板管理

四、JIT 实施策略

1. 生产流程化

2. 生产均衡化

3. 资源配置合理化

第 7 章 电子商务环境下仓储管理

学习目标

知识目标	<ul style="list-style-type: none">● 仓储管理、零库存、自动化仓库、装卸搬运、装卸活性指数概念；● 电子商务环境下仓储管理的基本特征及其现实意义；
------	---

		<ul style="list-style-type: none"> ● 电子商务环境下零库存管理和智能化仓库； ● 电子商务环境下装卸搬运管理
能力目标	专业能力	能够结合实际情况分析电子商务环境下仓储、装卸搬运基本操作流程及其主要管控节点、管控方法
	方法能力	<ul style="list-style-type: none"> ● 具有基本的电子商务环境下仓储、装卸搬运操作流程的现实感知； ● 具有一定的分析电子商务环境下仓储布局、运营管控的逻辑思路
	社会能力	<ul style="list-style-type: none"> ● 拥有良好的职业道德和较强的团队合作精神； ● 具备一定的电子商务环境下仓储管理的分析与应用能力； ● 关注电子商务仓储管理的发展态势，聚焦电子商务环境下仓储行业热点现象或问题

任务1 电子商务条件下的仓储管理

一、库存管理概述

1. 库存的定义

库存是指处于存储状态的物资。广义的库存还包括处于制造加工状态和运输状态的物资。

2. 库存的作用

3. 库存的种类

(1) 经常库存

- (2) 安全库存
- (3) 季节性库存
- (4) 促销库存
- (5) 投机库存
- (6) 积压库存
- (7) 生产加工和运输过程的库存

二、库存管理的目标和效率

1. 合理化的库存管理目标

合理库存量；合理库存结构；合理库存时间；合理库存网络、仓库网点的合理布局

2. 库存管理效率的衡量

库存资金周转率；服务水平；缺货率；平均供应费用。

三、库存控制方法

- 1. ABC 分类控制法
- 2. 经济订购批量方法
- 3. 定量订货法
- 4. 定期订货法

任务 2 电子商务环境下的零库存管理

一、零库存管理产生的背景

二、零库存管理的概念

三、零库存管理实现的条件

四、实现零库存的方法

1. 无库存储备
2. 委托营业仓库存储和保管货物
3. 协作分包方式
4. 采用适时适量生产方式
5. 按订单生产方式
6. 实行合理配送方式

五、基于互联网的库存管理

任务3 自动化立体仓库

一、自动化立体仓库概述

1. 产生背景
2. 发展阶段
3. 概念

自动化仓库系统（Automated Storage and Retrieval System, AS / RS）是由立体货架、有轨巷道堆垛机、出入库托盘输送机系统、尺寸检测条码阅读系统、通信系统、自动控制系统、计算机监控系统、计算机管理系统以及其他如电线电缆桥架配电柜、托盘、调节平台、钢结构平台等辅助设备组成的复杂的自动化系统。

4. 自动化仓库的类型

- (1) 按建筑形式分为整体和分离式自动化仓库。
- (2) 按货物存取形式分为单元货架式、移动货架式和拣选货架式自动化仓库。

(3) 按货架构造形式分为单元货架式、贯通式、水平循环式和垂直循环式自动化仓库。

(4) 按所起的作用分为生产性和流通性自动化仓库。

(5) 按自动化仓库与生产联接的紧密程度分为独立型、半紧密型和紧密型自动化仓库。

二、自动化仓库主要组成

三、自动化仓库主要优点

四、自动化仓库的设计

任务 4 电子商务条件下的装卸搬运

一、装卸搬运的概念

装卸搬运是介于物流各环节（如运输、储存等）之间起衔接作用的活动。

二、装卸搬运的作用

三、装卸活性指数

物品的活性指数表

物品的存放状态	活性指数
就地堆放	0
置于集装箱中	1
置于支垫设备（如托盘）上	2
装载在可移动设备（如台车）上	3
处于移动状态（如传送带）	4

四、装卸搬运技术与设备

五、装卸搬运管理

1. 降低装卸搬运作业次数的原则

2. 移动距离（时间）最小化原则
3. 提高装卸搬运的灵活性原则
4. 标准化原则
5. 水平直线原则
6. 弹性原则
7. 界面衔接的原则
8. 系统化原则

第 8 章 电子商务环境下运输与配送管理

学习目标

知识目标	<ul style="list-style-type: none"> ● 运输管理、运输合理化、智能化运输系统、配送、配送中心概念； ● 电子商务环境下运输管理的基本特征、主要要求及其现实意义； ● 电子商务环境下的配送管理主要内容； ● 电子商务环境下配送中心的运作流程及其管控要求 	
能力目标	专业能力	能够结合实际情况分析电子商务环境下运输、配送基本操作流程及其主要管控节点、管控方法
	方法能力	<ul style="list-style-type: none"> ● 具有基本的电子商务环境下运输、配送操作流程的现实感知； ● 具有一定的分析电子商务环境下运输、配送运营管控的逻辑思路
	社会能力	<ul style="list-style-type: none"> ● 拥有良好的职业道德和较强的团队合作精神； ● 具备一定的电子商务环境下运输、配送的分析与应用能力； ● 关注电子商务运输、配送管理的发展态势，聚焦电子

任务1 运输概述

一、运输概述

1. 运输概念

2. 运输的基本原理

运输的原理有规模经济和距离经济两种

3. 运输对企业物流的意义

4. 我国物流运输成就与展望

二、运输的功能

1. 实现产品空间转移

2. 短时间产品存放

三、运输方式

1. 铁路运输

2. 公路运输

3. 水路运输

4. 航空运输

5. 管道运输

6. 联合运输

7. 集装箱运输

任务2 电子商务环境下的运输管理

一、运输方式的合理化选择

1. 选择运输方式主要考虑的因素

选择运输方式主要考虑的因素是：货物的性质、运输时间、交货时间的适应性、运输成本、批量的适应性、运输的机动性和便利性、运输的安全性和准确性等。

2. 选择运输方式具体考虑的因素

3. 运输合理化

二、运输合理化的途径

1. 提高运输工具实载率

2. 采取减少动力投入，增加运输能力的有效措施求得合理化

3. 发展社会化的运输体系

4. 发展中短距离铁路公路分流（“以公代铁”的运输）

5. 尽量发展直达运输

6. 配载运输

7. “四就”直拨运输

8. 发展特殊运输技术和运输工具

9. 通过流通加工，使运输合理化

10. 利用综合运输体系与多式联运

三、基于互联网的运输管理

任务3 电子商务配送与配送中心

一、电子商务配送概述

1. 电子商务物流配送含义

根据国家标准《物流术语》（修改版）（GB/T 18354—2006），配送是指在经济合理区域范围内，根据客户要求，对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业，并按时送达指定地点的物流活动。电子商务物流配送是利用现代通信技术和计算机技术所进行的配送活动，或者是把现代信息技术应用于配送活动中。

2. 电子商务配送的特点

虚拟性；高效性；低成本性；个性化。

3. 电子商务物流配送的作用

二、电子商务物流配送管理的目标

1. 快捷响应

2. 最低库存

3. 整合运输

三、配送中心概念

根据国家标准《物流术语》（GB/T18354—2006），配送中心（Distribution Center）是指从事配送业务且具有完善信息网络的场所或组织。

四、配送中心的类型

1. 按配送中心的配送对象分类

2. 按配送中心的经济功能分类

3. 按配送中心的辐射范围分类

五、配送中心的地位和作用

四、基于虚拟企业的电子商务物流配送模式

1. 基本原理

2. 基本特征

核心性、虚拟性、动态性、约束性、双重委托代理关系

3. 业务流程

4. 需要解决的主要问题

电子商务环境下的物流服务

学习目标

知识目标		<ul style="list-style-type: none">● 物流服务、物流标准、物流质量等概念；● 电子商务环境下物流服务的基本特征、主要要求及其现实意义；● 电子商务环境下的物流服务主要内容；● 电子商务环境下物流服务运作流程及其管控要求
能力目标	专业能力	能够结合实际情况分析电子商务环境下物流服务、物流质量基本操作流程及其主要管控节点、管控方法
	方法能力	<ul style="list-style-type: none">● 具有基本的电子商务环境下物流服务、物流质量管理操作流程的现实感知；● 具有一定的分析电子商务环境下物流服务、物流质量运营管控的逻辑思路
	社会能力	<ul style="list-style-type: none">● 拥有良好的职业道德和较强的团队合作精神；● 具备一定的电子商务环境下物流服务、物流标准、物流质量的分析与应用能力；● 关注电子商务环境下物流服务、物流标准、物流质量的发展态势，聚焦电子商务环境下物流服务行业热点现象或问题

任务1 物流服务管理

一、物流服务概念

1. 物流服务的概念
2. 物流服务对企业的重要性

二、影响物流服务的因素

1. 缺货水平
2. 订货信息
3. 信息的准确性
4. 订货周期的稳定性
5. 作业的灵活性
6. 订货的便利性
7. 替代产品

三、物流服务内容

1. 物流服务内容
2. 物流服务质量指标

四、物流服务的实施

1. 物流服务水平的确定
2. 物流服务绩效的评价和控制
3. 提高物流服务绩效的手段

五、基于 CRM 的物流服务管理

1. CRM 简介
2. 物流服务企业实施 CRM

六、物流售后服务的途径

1. 将“客户”要领引入企业内部
2. 创建“服务至上”的物流企业文化
3. 规划好营销后服务系统
4. 建立战略合作关系
5. 衡量客户满意度

任务2 物流质量管理

一、现代企业物流质量管理概述

1. 主要术语

质量是指“一组固有特性满足要求的程度”（ISO9000—2000）；

ISO9000 标准中质量管理的定义为：在质量方面指挥和控制组织的协调一致的活动；

质量体系是指“为了实施质量管理的组织机构、职责、程序、过程和资源”（引自 ISO8402—94）；

物流质量是指物流活动满足企业生产需要和顾客消费需要的各个特征的总和。

2. 现代企业物流质量管理的基本特点

全员参与；全程控制；全面管理。

二、现代企业物流质量管理的主要内容

1. 商品的质量保证以及改善
2. 物流服务质量
3. 物流工作质量
4. 物流工程质量

三、物流质量指标体系

1. 物流目标质量指标
2. 仓库质量指标
3. 物流运输环节质量指标

四、物流质量体系认证

1. 质量体系认证

质量体系认证是指第三方(社会上的认证机构)对供方的质量体系进行审核、评定和注册活动,其目的在于通过审核、评定和事后监督来证明供方的质量体系符合某种质量保证标准,对供方的质量保证能力给予独立的证实。

2. 物流企业进行质量体系认证物的意义
3. 物流企业进行质量体系认证的过程

任务3 物流标准化

一、物流标准化的概念

1. 物流标准及物流标准化的概念

物流标准化是物流现代化的基础,我国国家标准对标准作如下定义:“标准是指为在一定的范围内获得最佳秩序,对活动或其结果规定共同的和重复使用的规则、导则或特性的文件。标准应以科学、技术和经验的综合成果为基础,以促进最佳社会效益为目的。”

2. 物流标准的特性

二、物流标准化的意义

三、物流标准的种类

1. 物流技术标准

2. 物流管理标准

四、物流标准化的方法

1. 物流标准化的方法

2. 物流标准化的贯彻实施程序

四、使用教材与参考书目

(一) 建议教材

陈修齐 主编. 电子商务物流管理 (第3版) [M]. 电子工业出版社, 2015年。

(二) 主要参考文献

- [1] 汪永华. 电子商务物流管理. 北京: 机械工业出版社, 2013
- [2] 马宁. 电子商务物流管理. 北京: 人民邮电出版社, 2013
- [3] 王小宁. 电子商务物流管理. 北京: 北京大学出版社, 2012
- [4] 屈冠银. 电子商务物流管理. 北京: 机械工业出版社, 2012
- [5] 靳林. 电子商务与物流配送. 北京: 机械工业出版社, 2012
- [6] 梁云. 供应链模式下物流与电子商务综合实训教程. 成都: 西南财经大学出版社, 2012
- [7] 方磊. 电子商务物流管理. 北京: 清华大学出版社, 2011.
- [8] 刘敏等. 电子商务物流管理. 北京: 中国铁道出版社, 2011.
- [9] 张铎. 电子商务物流管理. 北京: 高等教育出版社, 2011.
- [10] 陈益梅. 电子商务物流. 北京: 中国水利水电出版社, 2011.
- [11] 刘磊. 电子商务物流. 北京: 电子工业出版社, 2011.
- [12] 邵贵平. 电子商务物流管理. 北京: 人民邮电出版社, 2010.
- [13] 燕春蓉. 电子商务与物流. 上海: 上海财经大学出版社, 2010.
- [14] 朱美虹. 电子商务与现代物流. 北京: 中国人民大学出版社, 2010.
- [15] 马士华. 供应链管理. 武汉: 华中科技大学出版社, 2010.
- [16] 马士华译. 供应链物流管理. 北京: 机械工业出版社, 2010.
- [17] 陈修齐. 电子商务物流管理. 北京: 电子工业出版社, 2008.
- [18] 吴军. 电子商务物流管理. 杭州: 浙江大学出版社, 2009.
- [19] 吴健. 电子商务物流管理. 北京: 清华大学出版社, 2009.

- [20] 李卉群等. 电子商务物流管理与实训. 北京: 经济科学出版社, 2008.
- [21] 刘联辉. 配送实务. 北京: 中国物资出版社, 2004.
- [22] 傅桂林. 物流成本管理. 北京: 中国物资出版社, 2004.
- [23] 丁立言等. 物流配送. 北京: 清华大学出版社, 2003.
- [24] 施建年. 物流配送. 北京: 人民交通出版社, 2003.
- [25] 夏文汇. 现代物流运作管理. 成都: 西南财经大学出版社, 2003.
- [26] 赵林度. 供应链与物流管理: 理论与实务. 北京: 机械工业出版社, 2003.
- [27] 孙秋菊. 现代物流概论. 北京: 高等教育出版社, 2003.
- [28] 王之泰. 现代物流学. 北京: 中国物资出版社, 2002.
- [29] 马健平等. 现代物流配送管理. 广州: 中山大学出版社, 2001.
- [30] 宋华等. 现代物流与供应链管理. 北京: 经济管理出版社, 2000.

五、实验要求与实验内容/课程实践环节基本要求

有条件的情况下组织学生参观本地物流企业。

六、教学方法的原则性建议

1. 教学方法

采用启发式、讨论式教学, 培养学生思考问题、分析问题、解决实际问题的能力。增加案例分析课, 以及答疑质疑等教学环节。

2. 教学手段

某些案例可采用教学录像片, VCD、DVD 等现代化手段, 并逐渐采用电子教案, CAI 课件及多媒体教学系统等先进教学手段。

七、考核方式及成绩构成

- 1. 该课程是考查课, 期末开卷考试。

2. 课堂与课后作业以及课堂发言、提问的表现，计入平时成绩，占总成绩的 30%；期末闭卷考试成绩占总成绩的 70%，包括案例分析和小组课题等题型。

八、必要的说明

为了加强学生对国内外物流发展状况的了解、开拓视野，除理论和讨论外，需安排有关物流方面的录像或记录片供学生学习。

《电子商务案例》课程标准

课程编号		课程类型	专业必修课	适用专业	电子商务
总学时	80	理论学时	60	实践学时	20
制定日期	2016年7月	制定人	马培幸	审定人	

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的专业必修课程，也是电子商务专业的主干课程之一。学生应在完成公共课和电子商务专业基础课程后，开始本课程的学习，为继续学习电子商务专业拓展课打下基础。

本课程的任务是通过学习电子商务模式、电子商务技术、电子商务网站网店建设与维护、网络营销、电子商务支付、电子商务物流、电子商务安全、电子商务法律、电子商务创业的企业应用案例，使学生能够掌握案例分析的方法和视角，加深对电子商务模式和电子商务应用的理解，为学生将来进行电子商务项目优化、问题分析以及策划电子商务方案和项目积累知识与方法。

通过本门课程的学习，使得学生能够对电子商务产生更为实际的感性认识，并培养学生综合运用相关知识发现问题、分析问题、解决问题的能力，且能灵活运用到实际工作中去，为将来从事网络推广、网络采购、网络客服、网络广告、网站维护与管理、网店美工、网店库管、网店店长、商品分拣、仓管、配送等工作打下坚实的基础。

二、课程基本要求

本课程是一门实践性很强的课程，主要培养学生具备独立的综合运用相关知识发现问题、分析问题和解决问题的能力。学生通过本门课程的学习，能够对掌握电子商务案例分析的模式和技巧，深入地分析案例的实质，理解各种电子商务模式和电子商务应用的本质，为进行电子商务项目策划和管理积累丰富的经验，也为开展基于互联网的创业活动提供有益的借鉴。

同时，在电子商务专业人才培养目标下，使学生能够具有良好的职业道德，较强的敬业精神和创新精神；能够运用辩证唯物主义的基本观点及方法认识、分析和解决问题；有较强的沟通与协作、协调与组织能力，并有良好的团队精神，同时，具备强烈的事业心、责任心和社会责任感。

三、课程教学方法和手段

本课程的教学方法注重理论和实践相结合，以学生分组讨论分析案例为主，辅以独立完成每章节相应的实操案例分析报告，充分运用多媒体、互联网络等教学手段，提升学生实际动手能力，培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。

四、课程考核

成绩组成：期末总成绩（100分）=平时考核（30分）+期末考试（70分）

平时考核成绩（30分）=考勤（5分）+课堂表现（5分）+实训报告（20分）

考核形式：闭卷考试

五、推荐教材和教学参考资源

教材：《电子商务案例分析》，雷玲编著，大连理工大学出版社，2014年。

参考书：《电子商务案例分析》，李晓明编著，中国铁道出版社，2012年。

《商业模式新生代》，（瑞士）亚历山大·奥斯特瓦德，伊夫·皮尼厄 著，王帅，毛心宇、严威译，机械工业出版社，2011年8月。

学习参考网址：

1、热点电子商务，www.hotec.info。

2、艾瑞网，www.iresearch.com。

3、网络营销新观察，www.marketingman.com.cn

《电子商务法律概论》课程标准

适用专业：电子商务专业

学 制：3 年

教学时数：36 学时

学 分：2 学分

一、概述

（一） 课程性质

《电子商务法律概论》是一门为电子商务专业学生设计的专业基础课程。通过本课程的学习，使学生能够全面了解电子商务法的基本理论，掌握网络环境下从事商务活动的法律制度，具备从事电子商务活动的基本法律能力。

（二） 课程基本理念

1. 基于职业发展规律进行教学；
2. 遵循认知发展规律设计技能训练任务；
3. 基于工学结合原则组织教学。

（三） 课程设计思路

课程设计原则. 基于职业发展规律进行教学；遵循认知发展规律进行教学
课程设置依据中小型企业对一些电子商务岗位人才的强烈需求，本课程根据我院电子商务专业的培养目标以及课程体系的构建进行开设，本课程是本专业的职业基础课程，为电子商务人才培养提供了法律的保障作用。

课程内容九单元块，电子商务法的基本原理、电子商务立法概况、数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子合同法律制度、

电子信息交易法律制度、电子商务安全问题、电子商务纠纷的解决。

课程结构设计依据学生认知特点，职业发展规律。教学以引导案例导入课程，教师讲授，学生讨论，分析案例，学生训练、总结评价。

理论与实践比例为 1:1；教学 36 学时；学分为 2 学分，课时分配详见下表。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程，使学生了解电子商务发法律相关知识，为以后从事电子商务活动提供法律保障。

（二）具体目标

1. 知识目标

使学生掌握电子商务法的基本原理、了解电子商务立法概况、熟悉数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子信

序号	模块	理论学时	实践学时	合计
1	电子商务法的基本原理	6	2	8
2	电子商务立法概况	6	2	8
3	数据电文法律制度	6	2	8
4	电子签名法律制度	6	2	8
5	电子认证法律制度	6	2	8
6	电子合同法律制度	6	4	10
7	电子信息交易法律制度	6	4	10
8	电子商务安全问题	6	4	10
9	电子商务纠纷的解决	6	4	10
合计		54	18	80

息交易法律制度、电子商务安全问题、电子商务纠纷的解决。

2. 能力目标

能够利用数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子信息交易法律制度、电子商务安全问题、电子商务纠纷的解决来分析电子商务相关案例。

3. 素质目标

- (1) 善于整合资源、乐于团队协作；
- (2) 诚实守信；
- (3) 勇于实践、注重学以致用。

三、内容标准（课程内容与要求）

1		知 识 目 标	掌握电子商务法的概念；掌握电子商务法的特征；了解电子商务法的性质和地位；掌握电子商务法的调整对象和体系；熟悉电子商务法的基本原则。	案例导入课程 教师讲授 学生讨论 分析案例 学生训练 总结评价。
		技 能 目 标	能够对电子商务法的基本原理有简单认识。	
2	电子 商务 立 法 概 况	知 识 目 标	掌握电子商务对传统立法有哪些方面的挑战；了解电子商务法产生的必然性；熟悉国际组织关于电子商务立法的概况；了解世界主要国家电子商务立法概况；掌握我国电子商务立法的现状；掌握我国电子商务立法的指导原则和基本问题。	案例导入课程 教师讲授 学生讨论 分析案例 学生训练 总结评价
		技 能 目 标	能够对电子商务立法概况有简单认识	
3	数 据 电 文 法 律 制 度	知 识 目 标	了解数据电文形式问题的解决方案；了解数据电文的确认收讫规则；掌握数据电文的基本含义；掌握数据电文的法律效力；掌握数据电文发送与接收的时间和地点	案例导入课程 教师讲授 学生讨论 分析案例 学生训练 总结评价
		技 能 目 标	对数据电文法律制度有总体认识	

		目 标		
4	电 子 签 名 法 律 制 度	知 识 目 标	掌握电子签名的概念和特征；了解电子签名与传统签名的异同；了解电子签名立法模式；熟悉数字签名的含义；掌握电子签名的法律效力的确定性。	案例导入课程 教师讲授 学生讨论 分析案例 学生训练 总结评价
		技 能 目 标	能够对利用电子商务签名法分析具体案例。	
5	电 子 认 证 法 律 制 度	知 识 目 标	掌握电子认证的意义和功能；了解电子认证机构的法律地位；了解认证机构的设立条件和管理措施；掌握认证机构的义务与责任的法律规定；了解电子证书的法律意义；掌握认证机构与证书持有人和证书信赖人之间的法律关系及基本行为规范。	案例导入课程 教师讲授 学生讨论 分析案例 学生训练 总结评价
		技 能 目 标	能够利用电子商务认证法律进行分析案例	
6	电 子 合 同 法 律 制 度	知 识 目 标	了解合同电子化相关法律问题；熟悉电子合同的概念、形式、特征和效力；了解电子合同与合同法的关系；熟悉电子合同的订立过程；掌握电子合同的成立和生效的法律规定	案例导入课程 教师讲授 学生讨论 分析案例 学生训练 总结评价
		技	能够利用电子商务合同法律进行分	

		能 目 标	析案例	
7	电子 信息 交易 法律 制度	知 识 目 标	掌握电子信息交易的概念和特征；了解信息产品的范围；掌握电子信息交易的基本类型和基本原则；熟悉电子信息交易履行的方式和地点；了解电子信息交易中的电子控制问题。	案例导入课程 教师讲授 学生讨论 分析案例 学生训练 总结评价
		技 能 目 标	能够利用电子商务信息交易法律进行分析案例	
8	电子 商务 安全 问题	知 识 目 标	了解电子商务的风险与安全问题；了解安全电子商务的要求；了解电子商务安全保障体系。	案例导入课程 教师讲授 学生讨论 分析案例 学生训练 总结评价
		技 能 目 标	能够利用电子商务安全法律进行分析案例	
9	电子 商务 纠纷 的解 决	知 识 目 标	了解电子商务纠纷管辖权的国际协作内容；了解电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践；掌握我国对网络管辖权的法律规定。	案例导入课程 教师讲授 学生讨论 分析案例 学生训练 总结评价
		技 能 目 标	能够运用电子商务纠纷相关法律进行分析案例	

		标		
--	--	---	--	--

四、教学方法与手段

1、多媒体教学

包括大屏幕投影、幻灯片、扬声器以及多媒体软件等。通过多媒体综合设备提供声情并茂、图文并茂、多感官刺激的教学手段，以激发学生的学习兴趣，吸引学生的注意力。

2、参观教学

利用周末等课余时间组织学生深入企业一线参观，与企业员工同吃同劳动，通过看、听、学来熏陶学生。

3、实训教学系统

利用合作单位的生产设备，通过单项实习于全工序综合实习相结合的方法进行全方位教学，达到理论与企业生产实际相结合的目的。

4、资源开发与利用

利用企业提供的相关设备进行教学实习

五、实施建议

（一）教学建议

1. 教学中理论教学和实践教学各占 50%，理论教学为实践教学服务，围绕技能要求相关的知识和态度展开，理论教学中以案例教学和演示教学为主要方式；

2. 教学组织采取分组教学方式，学生以团队的方式进行网上实践、案例讨论和问题探究。

（二）考核评价建议

考核以基本概念、基本原理和方法为主，考核学生的理解、掌握和运用的水平和能力。考核分形成性考核（见作业部分）和终结性考核两部分。

形成性考核：形式为平时记录作业，包括书面作业、课堂讨论（提交发言提纲）占 40%。

终结性考核：期末考试卷面成绩占期末总成绩 60%。

（三）教材编写建议

《电子商务法律概论》课程教材编写依据本课程标准编写，注重学生基本能力的培养，教材编写突出以下特色：突出能力本位；实践性、应用性；高层次性、职业性、可衔接性等。

（四）实验实训设备配置建议

由于课程实践是基于 Internet 平台，本课程实验实训必须在有网络的配置适中的教学机房进行。

（五）课程资源开发与利用建议

本课程网上资源比较丰富，学生充分利用网络以及一些院校的精品课程资源，以及淘宝大学平台和阿里学院等工学结合资源。

（六）其它

《电子商务网站建设》课程标准

一、课程性质与任务

《电子商务网站建设》是高等职业学校电子商务专业的一门主干专业课程。本课程的主要任务是通过讲授电子商务网站建设的相关操作技能，使学生熟悉电子商务网站的建设过程和步骤，为学生学好专业知识，提高专业技能，形成综合职业能力和创业能力，成为合格的中初级电子商务专门人员打下基础。

二、课程教学目标

（一）知识教学目标

1. 了解电子商务的各种模式及其常用术语；
2. 正确理解电子商务网站的构建体系及其信用评价体系；
3. 掌握电子商务网站的建设过程、步骤及其实用建设技巧；
4. 通过教学使学生能进行简单电子商务网站的管理及维护。

（二）能力目标

1. 培养学生能熟练进行电子商务网站建设的能力；
2. 培养学生实验、交流及总结的能力；
3. 培养学生帮助中小企业建设及维护电子商务网站的能力。

三、教学内容标准

（一）基础模块

1. HTML 语言基础

(1) HTML 语言及其解释

(2) HTML 语言数据库链接

2. DreamWeaver 电子商务网站的设计与管理

(1) DreamWeaver 软件界面介绍

(2) DreamWeaver 简单网页制作

(3) DreamWeaver 电子商务网站的设计

(4) DreamWeaver 电子商务网站的管理

3. Flash 动画制作基础

(1) Flash 软件界面介绍

(2) Flash 软件的动画制作效果

4. Fireworks 图像处理入门

(1) Fireworks 软件界面介绍

(2) Fireworks 的图像处理效果

(二) 选用模块

1. 电子商务网站简介

(1) 国际电子商务网站介绍

(2) 国内电子商务网站介绍

2. 企业电子商务网站设计的基本原则及总体规划

(1) 企业电子商务网站设计的基本原则

(2) 企业电子商务网站设计的总体规划

（三）实践教学模块

1. HTML 网页实践制作
 - （1）HTML 简单网页制作
 - （2）HTML 数据库链接操作
2. DreamWeaver 电子商务网站的实践设计与管理
 - （1）DreamWeaver 静态网页的编辑
 - （2）DreamWeaver 动态网页的制作
 - （3）DreamWeaver 高级网页应用技术
 - （4）IIS 的设置及电子商务网站的发布
 - （5）电子商务网站的维护及管理
3. Flash 电子商务网站广告的实践制作
 - （1）Flash 动画制作
 - （2）Flash 动画制作在电子商务网站的应用
4. Fireworks 电子商务网站图像实践处理
 - （1）Fireworks 图像编辑
 - （2）Fireworks 图像编辑在电子商务网站的应用

四、教学实施建议

（一）教学建议

1. 本课程教学宜采用二段教学法，理论与实际相联系，使学生能理论联系实际，激发学生的学习兴趣。

2. 强化学生上机课的指导，使学生在实践中掌握电子商务网站建设的有关知识，并指导学生建设及管理自己的电子商务网站，以此激发学生的学习积极性，提高学生的实践操作能力。

3. 任课老师需更新观念，重视学生实践技能的培养，加强与电子商务企业的合作，为学生创造和提供职业环境，努力提高学生的职业能力。

（二）评价建议

评价体系要体现评价主体的多元化和评价形式的多样化。采用形成性评价与终结性评价相结合的方式，既关注结果，又关注过程，使对学习过程和学习结果的评价达到和谐统一。

1. 体现学生在评价中的主体地位

为了使评价有机地融入教学过程，应建立开放、宽松的评价氛围，可采取学生之间互评和学生自评相结合的方式，教师只对评价结果进行总结，体现评价主体的多元化和学生在评价中的主体地位。

2. 注重形成性评价对学生发展的作用

突出形成性评价，结合技能训练加强实践性教学环节的考核，注重平时成绩记录。

3. 注意评价方法的多样性和灵活性

评价可采用学生自评和教师评价相结合、测试和非测试的方式相结合以及个人与小组结合的方式进行评价，鼓励学生与教师共同参与评价，实现评价方法的多样性。

日常的形成性评价可允许学生根据自己的特长或优势选择适合自己的评价方

式以体现评价方法的灵活性。如果学生对自己某次课堂测验成绩不满意，可以与教师协商，暂不记录成绩，学生在经过更充分的准备之后，可再次参加评价。

4. 注重评价结果对教学效果的反馈作用

教师应根据评价结果尤其是日常的形成性评价对教学内容、教学方法、教学手段等进行完善、调整、改进，以进一步提高教学质量，达到更好的教学效果。

（三）课程资源开发与利用建议

1. 收集国内外著名的电子商务网站，向学生展示生动丰富的电子商务网站资源。

2. 研究各种电子商务网站的构建方式及方法，并与学生分享。

3. 充分利用本行业的企业资源，组织学生到电子商务企业实地参观，使学生对电子商务网站有更深层次的认识，提高学生的职业能力。

（四）教材使用建议

1. 现有已出版发行的教材中，几乎没有适合于本课程的教材，建议开发校本教材。

2. 教师应把本课程相关领域的发展趋势及

实际操作中的新知识、新技术和新方法即时纳入教学内容中。

五、说 明

(一) 适用范围

本课程标准适用于广西商业学校电子商务专业（含3+2）。

(二) 使用方法

本课程教学内容分为基础、选用和实践教学三个模块，宜采用二段教学法，即基础理论部分占二分之一学时，实践教学部分占二分之一学时，选修模块可根据教学需要灵活选用。

(三) 教学时间安排

见“学时分配建议”表。

学时分配建议

序号	课 程 内 容	学 时 数			
		合计	讲授	实训	机动
1	HTML语言基础	4	4	0	
2	DreamWeaver电子商务网站的设计与管理	18	18	0	
3	Flash动画制作基础	6	6	0	
4	Fireworks 图像处理入门	6	6	0	
5	HTML网页实践制作	4	0	4	
6	DreamWeaver电子商务网站的实践设计与 管理	18	0	18	
7	Flash电子商务网站广告的实践制作	6	0	6	
8	Fireworks 电子商务网站图像实践处理	6	0	6	

机 动	4			4
总 计	72	34	34	4

基础会计课程标准

课程名称、代码：基础会计 0412001

总学时数：36

适用专业：会计电算化、投资理财、物流管理

一、课程概述

（一）课程的性质

基础会计是财经类专业的一门专业基础课程，是对会计职业基础学习的应用和操作。通过学习，使学生熟练掌握会计基础理论、基础知识与账务处理的基本方法，具备处理会计业务的基本技能，具备基本的分析和利用会计信息的职业能力，使学生的岗位适应能力与操作技能达到本专业上岗标准。

（二）课程定位

按照现行人才培养方案的规定，基础会计是会计学专业的专业基础课，是投资与理财专业的职业能力必修课。教学的目的和要求应限于学习会计的基础知识，解决学习会计学的入门问题。

所谓会计学的基础知识，或称会计原理，学术界的看法基本上是一致的，即都是指会计的基本理论、基本方法和基本技能，亦称会计的“三基”。至于“三基”的具

体内容，主要包括：

(1) 会计的基本概念；会计的基本假设和准则；会计的职能和作用；会计的目的和任务。

(2) 会计方程式和会计的平衡理论；复式记账原理；会计凭证和会计帐簿；存货盘存和财产清查方法；成本计算方法；财务报表。

(3) 会计循环理论，会计从分录、过帐、试算、调整到结帐、编表的全过程及其基本操作技能。

基础会计的基本教学目的要求，就是要使学生扎实地掌握会计的“三基”，以便为学习后续专业课程财务会计、银行会计等课程奠定良好的基础。明确课程的性质、地位及其教学的目的要求，是组织好课堂教学的前提条件。因为这是安排教学内容和设计教案的基本依据。

(三) 设计思路

本课程以就业为导向，是在行业专家对财会类专业所涵盖的岗位群进行任务与职业能力分析的基础上开设的。课程设置以会计循环流程为主线，根据高等职业院校财会类学生的认知特点来展示教学内容。在工作任务引领下以情景模拟、角色互换、仿真操作、分组讨论等形式展开教学，使学生真切体会到会计人员在会计循环中所需的职业能力和实际动手能力。要求学生做学结合、边学边做，以培养学生胜任会计业务操作的职业能力，提高学生分析和解决会计问题的实际操作能力，适应该岗位实际运用需要，并为学习掌握其他相关专业主干课程做好铺垫。

本课程建议课时数 60，其中实践课时数 30。

二、课程基本目标

(一) 知识目标：

结合高职会计专业教学的培养目标，本课程强调不是简单培养学生了解和应用会计业务技术，而是重点培养学生认识问题和解决会计问题的能力，让学生了解会计所生产的信息的经济含义，培养学生分析问题、综合运用的能力。因此，财会类专业的学生应该通过会计基础课程的学习与训练活动，了解并运用会计基础的相关知识，掌握处理会计基本业务的能力。通过仿真模拟操作，让学生切实体会账务处理流程。让学生首先学会辨识真实的会计凭证，然后通过学会复式记账法、处理各种经济业务、登记各种账簿、成本核算、对账、结账、利润的分配及结算、财务报告的编制、凭证的装订及会计档案的保管等整个账务处理过程，从而使学生对企业的整个会计业务流程得到一个全真认识，使学生掌握分析和运用会计信息进行相关决策与评价的方法，提高学生解决经济生活中实际问题的综合能力。

（二）职业技能目标：

- 能执行《会计基础工作规范》和《会计法》的规定
- 能执行《企业会计准则》和《企业会计制度》的规定
- 能识别、确认核算单位经济业务的基本情况
- 能识别原始发票并根据原始发票判断具体的经济业务
- 能填制基本的原始发票
- 能根据原始发票编制会计分录
- 能够识别专用记账凭证和通用记账凭证
- 能设置账簿，包括明细账、日记账、总账
- 能填制记账凭证
- 能够根据原始凭证和记账凭证填制明细账、总账、日记账
- 能编制资产负债表、利润表

- 能装订会计凭证，了解会计档案的保管要求

(三) 职业素质养成目标:

- 具备一定的沟通能力和组织协调能力
- 具备一定的分析和运用会计信息进行评价的能力

(四) 职业技能证书考核要求:

- 会计从业资格
- 初级会计从业资格
- 中级会计从业资格
- 理财规划师
- 营销师

三、课程教学内容与要求

序号	单元(工作任务或实训项目)	课程内容与教学要求	活动设计	课内学时安排
1	会计职业入门	1. 了解会计的产生和发展 2. 掌握会计的基本概念和会计的基本 3. 掌握会计核算对象以及会计要素的分类 4. 了解会计核算工作的假设前提 5. 了解会计核算信息质量的要求 6. 掌握会计科目的类别, 账户设置的用途, 将各个账户的初始资料包括账户名称、日期、摘要、借方或贷方金额等填写在新账簿中, 对原材料等涉及数量等信息的账户要填写清楚 7. 掌握借贷记账法的记账符号、账户结构、记账规则	1. 多媒体演示: 教师根据相关账簿资料制成多媒体课件进行演示和讲解 2. 情景模拟: 由学生扮演会计人员和出纳, 出纳负责日记账的登记和保管, 设置银行存款的现金账和日记账, 并将期初余额进行登记。总账和明细账由不同会计人员登记并保管, 将期余余额进行登记 3. 角色互换: 由学生分别扮演出纳、会计人员的角色, 要求按照角色分别开设和保管不同的账簿	14

2	会计原始凭证识别与填制	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解仿真实践企业的基本经济业务 2. 了解企业财务会计管理制度的制定和国家财经法规的情况,了解《会计基础工作规范》对原始凭证的要求 3. 了解仿真实践企业所用到的原始凭证种类 4. 能识别银行单据,如委托收款凭证、委托付款凭证、某银行进账单等 5. 能识别和填制收据和现金缴款单 6. 能识别和填制普通销售发票和增值税专用发票 7. 能识别和填制现金支票和转账支票 8. 能识别和填制商业承兑汇票、银行承兑汇票、本票、汇票 9. 能识别和填制材料验收通知单、领料单、借款单、盘存表等 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 多媒体演示:教师根据相关原始凭证资料制成多媒体课件进行演示和讲解 2. 案例分析:根据不同的业务选择有代表性的业务,分小组讨论,使学生对典型的经济业务深入了解 3. 情景模拟:由学生扮演经办人员和会计人员,经办人员告诉会计人员发生了何种业务,由会计人员审核原始凭证;由会计人员填制原始凭证并传递给经办人员需要审核。 4. 角色互换:由学生分别扮演经办人员、企业高管、会计人员的角色,要求按照角色填制或审核原始凭证。 	10
3	编写会计分录与填制记账凭证	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据企业发生的经济业务编制会计分录 2. 了解记账凭证的种类 3. 掌握记账凭证的填制要求 4. 会对企业从筹资过程、采购过程、生产过程、销售过程、利润形成、和分配过程的基本经济业务进行会计处理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 多媒体演示:教师根据记账凭证的种类及其填制要求制成多媒体课件进行演示 2. 案例分析:根据不同的业务选择有代表性的业务,分小组讨论,使学生对典型的经济业务深入了解。 3. 情景模拟:根据原始凭证的资料,让学生以会计人员的身份填制记账凭证;让学生以某个会计人员的身份进行记账凭证的流转操作 	10
4	登记明细账、总账和日记账	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解一种主要的财务处理程序凭证账务处理程序 2. 能根据记账凭证登记总账 3. 能登记日记账 4. 能登记各种总分类账 5. 能进行各种明细分类账 6. 能进行各种账本之间的核对 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 多媒体演示:教师根据相关账本资料制成多媒体课件进行演示和讲解 2. 情景模拟:由学生扮演会计人员和出纳,分别登记总账、明细账和日记账 3. 角色互换:日记账由出纳来登记,总账明细账由不同的人 	10

		7. 能进行错帐更正 8. 能结账	员登记。在小组完成登记任务后，进行角色互换	
5	编制财务报表	1. 了解会计报表的种类和格式 2. 了解各种会计报表的作用 3. 能正确编制资产负债表 4. 能正确编制利润表	1. 多媒体演示：教师根据相关账本资料制成多媒体课件进行演示和讲解 2. 情景模拟：以某企业的一个会计期间为背景，让学生进行资产负债表的编制；进行利润表的编制	10
6	装订凭证以及档案保管	1. 会对每期的记账凭证进行装订 始凭证 要求附在记账凭证后面作为附件 2. 了解会计档案的种类 3. 了解不同类型的会计档案保管的要求	1. 多媒体演示：教师收集凭证的相关资料制成多媒体课件进行演示 2. 情景模拟：学生把一个期间的会计凭证进行整理，按照要求进行装订。	6
合计学时				60
复习、考试				6

四、实施建议

（一）教学组织建议

1、教学中，教师必须重视实践经验的学习，重视现代信息技术的应用，尽可能运用多媒体课件的形式呈现资料，进行讲授、演示，并按照设计活动的内容展开教学。

2、教学中教师应突出专业技能培养目标，注重对学生实际操作能力的训练，强化案例和流程教学，让学生边学变练，通过小组讨论、案例分析、情景模拟等方式激发学生兴趣，增强教学效果。

3、教学中，应注意充分调动学生学习的主动性和积极性，注重教与学的互动，教师与学生的角色转换，让学生在完成教师设计的训练活动中，即学会会计业务必须具备的知识，又练就各项基本技能。

4、教学中，教师应注意与学生沟通，教师应积极引导提升职业素养，培养学生积极热情、客观、

诚实守信、善于沟通与合作的品质。

活动。各项技能训练活动的设计应具有实际性、可操作性。

（二）教学评价建议

1、期末考核评价及方式

主要遵循以核心能力考核为核心，以形成性考核为主的课程评价指导思想。期末以闭卷笔试结合平时成绩的方式进行，闭卷笔试成绩占到70%，平时成绩占到30%。期末试卷主要以单项选则题、多项选择题、判断题、实务操作题等突出实际操作能力的题型为主。平时成绩以模拟实训成绩为主，同时加以作业、课堂提问和阶段性测试等成绩综合评定。

2、教学过程评价

（1）教学评价的标准应体现任务引领型课程的特征，体现理论与实践、操作的统一，突出过程评价与阶段（以工作任务模块为阶段）评价，结合课堂提问、训练活动、阶段测验等进行综合评价。

（2）强调目标与评价和理论与实践目标一体化评价，教学评价的对象包括学生知识的掌握、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等情况，引导学生在理解的基础上进行记忆，对所要达到的目标完成情况进行评价。

（3）评价是注重学生动手能力与分析、解决问题的能力，对在学习和应用上有创新的学生应在评定时给予鼓励。

3、课程成绩形成方式

序号	任务模块	评价目标	评价方式	评价分值
1	会计职业入门	理论知识的记忆	课堂提问和训练活动	15%
2	会计原始凭证识别与填制	应用理论知识解决实际问题，着重于实际操作能力。	案例分析、训练活动、阶段测验	15%
3	编写会计分录与填制记账凭证	应用理论知识解决实际问题，着重于实际操作能力	案例分析、训练活动、阶段测验	20%
4	登记明细账、总账和日记账	应用理论知识解决实际问题，着重于实际操作能力	案例分析、训练活动、阶段测验	15%
5	编制财务报表	应用理论知识解决实际问题，着重于实际操作能力	案例分析、训练活动、阶段测验	20%
6	装订凭证以及档案保管	应用理论知识解决实际问题，着重于实际操作能力	案例分析、训练活动、阶段测验	15%

（三）教材的编写与选用

（1）必须依据本课程标准选用或编写教材。

（2）教材应充分体现任务引领、实践导向的课程设计思想。以会计循环所涉及的各项任务为主线，结合职业技能证书考核——会计从业资格证书的要求和企业对会计实际操作能力的要求，合理安排教材内容。以学生未来的发展和知识结构的要求必需够用为度，不追求理论的深度与难度。

（3）教材在内容上应既实用又开放，即在注重会计实际操作能力训练的同

时，还应把会计业务操作过程中的新知识、新技术和新方法融入教材，以便教材内容更加贴近会计业务的实际。在形式上应适合高职学生认知特点，文字表达要深入浅出，图文展现应图文并茂。

(4) 为了提高学生学习的积极性和主动性，培养学生处理会计业务的综合职业能力，教材应根据工作任务的需要设计相应的技能训练

(四) 课程主讲教师和教学团队要求说明

1、任课教师或团队应具备中级以上职称、本科以上学历、并获得相应的职业资格证书（中级会计师、理财规划师等）；未取得职业资格证书有一线实践经验的教师亦可。

2、一线实践经历及双师型教师应占到 50%以上

3、师生比例应控制在 1：18 左右。

(五) 课程教学环境和条件要求

为了增大每堂课的信息容量，更好的运用现代信息技术，要使用多媒体教室，实训室，小班授课。

(六) 教学资源开发与利用

1、常规课程资源的开发和利用。可开发并应用一些直观且形象的挂图、幻灯片、录像片、试听光盘，以调动学生学习积极性、主动性，促进学生理解、接受课程知识和业务流程。

2、教师通过教学软件以及多媒体设备等，充分利用手工会计实验室、会计电算化实验室的设施进行教学。教师和学生每人拥有一台计算机，通过教师机可以看到学生机的操作内容（学生演示、屏幕监视等），可以更好地掌握学生的情况。

3、充分运用网络课程资源。可以利用现有的电子书籍、电子期刊、数学图书馆、各大网站等网络资源,使教学内容从单一走向多元,使学生的知识和能力的拓展成为可能。

4、开发和利用外校实训基地。本课程属于实践性较强的专业基础课程,培养学生处理会计业务的实际动手能力是本课程的核心目标。因此有一个真实或仿真的操作环境是本课程教学的一个必要条件,学院和系部在不断开发和完善校内实训基地的同时,需要充分利用校外实习基地的培训资源,让学生在真实的环境中理解业务的会计处理,熟悉真实的业务流程,为学生毕业上岗的零过渡做好铺垫。

(七) 其它

本课程教学标准适用于高等职业院校经管类专业(三年制)

《网络营销》课程标准

电子商务教研室

目 录

第一部分 课程概念.....	106
一、课程名称：网络营销.....	106
二、适用专业：电子商务.....	106
三、课程类型：理论课+实践课.....	106
四、课程学时：64 学时.....	106
五、课程学分：4 学分.....	106
六、课程性质：必修课.....	106
七、课程概述：.....	106
第二部分 课程设计.....	107
一、设计思路：.....	107
二、教学目标.....	3
三、学习情境门类设置.....	4
四、职业能力与职业标准要求.....	110
五、学习情境具体设计.....	114
第三部分 课程实施建议.....	114
一、教学方法、手段及教学评价.....	121
二、课程考核方法.....	106
三、参考教材和书目.....	106
四、课程资源的开发与利用.....	107
第四部分 附录.....	124
一、参考文献.....	124
二、参考网站.....	124

第一部分 课程概念

- 一、课程名称：网络营销
- 二、适用专业：电子商务
- 三、课程类型：理论课+实践课
- 四、课程学时：36学时
- 五、课程学分：2学分
- 六、课程性质：必修课
- 七、课程概述：

本课程是电子商务专业开设的核心专业课程之一，网络营销是电子商务的重要组成部分。通过本课程的学习，使学生从互联网技术，市场营销和信息管理等多学科的角度，了解和掌握网络营销的基本理论和核心内容。通过本课程的教学，使学生对网络营销的理论体系有一个系统的了解，对在网络虚拟市场开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容，得到全面的领会和感性认识，并掌握开展网络营销的操作思路和相应的运作技巧。

学习领域“网络营销”课程

学习领域	网络营销	时间安排 教学做一体化（68学时）
------	------	----------------------

职业行动领域描述	<p>网络营销是电子商务活动中的一项重要技术，网络营销也是当前最为流行的一种网络销售方法。通过具体的案例设计让学生熟悉网络营销的流程及方法，培养学生分析问题的基本技能。网络营销处理软件的基本操作及运用，深入挖掘这些工具背后隐藏的技巧，并在学习制作图形的过程中，帮助学生形成独特的思维理念。相关图像处理的知识，能熟练运用软件进行规范化的设计，处理生活中实际遇到的问题。</p>		
各学习场所的学习目标	(学校的)理论学习	<p>学生通过在校不断学习网络营销的基础知识，学会网络营销总体规划，写出分析报告。掌握网络营销的具体策略。</p>	
	(学校的)实训教学	<p>学生在通过具体的案例和场景，运用自己所学的知识进行综合判断。提高学生的分析问题的能力。</p>	
工作与学习内容	工作对象	<p>广告设计、网站制作、网络广告、企业宣传等</p>	
	工具方法组织	工具	<p>计算机 网络营销软件</p>
		工作方法	<p>根据材料，进行分析，然后总体规划，具体实施营销策略</p>
		劳动组织	<p>客户提供具体的要求和素材，根据客户的需求进行规划设计，再进行组织设计和策略分析，最后运用具体的策略进行营销分析。。</p>
工作要求	<p>根据客户的需求</p>		

第二部分 课程设计

一、设计思路：

本课程遵照教高[2006]14号、教高[2006]16号、教高厅函[2007]47号等文件精神，依据本专业的人才培养方案，确定本课程的目标和教学内容，具体应遵循以下原则：

1. 在课程设计上，坚持以能力为本位，以学生为主体，教师角色转换为引导者。

2. 在课程内容选取上，结合报检员资格考试的相关要求，在理论讲述的基础上加大实训环节的比重，使学生既掌握专业知识，又能提高职业能力。

3. 在课程内容排列上，应以工作过程为参照介绍进出口商品检验检疫的相关知识。

4. 在课程内容结构上，突出业务流程，以便学生学习更有针对性。

5. 在课程职业技能培养上，要把职业资格证书（职业标准）的考核项目与要求纳入到专业课程标准之中，为学生就业服务。

6. 在课程教学组织设计上，要以真实工作任务或社会产品为载体组织教学，积极推广探索教学做一体化、情境式教学、互动式教学。

7. 以“REACT”设计情境教学，以“3P”和“ARCS”模式设计互动式教学活动。

8. 在教学资源建设上，突出学习包教学标准建设和借助教学平台开发网络教学资源。

9. 在培养过程中，注重全人发展、服务学习、学长计划、过程资历认可（RPL）的实施。

（1）全人发展（Whole Person）：待人接物、如何看待钱、价值观、怎么安排自己。

（2）服务学习（Service Learning）：到非盈利机构作义工，提高学习动力，培养为他人服务精神，并把这些活动作为成绩之一。

（3）学长计划：学生辅导员。

二、教学目标

1. 能力目标

- (1) 熟练地运用网络营销工具，并能在实际工作中得到应用。
- (2) 培养学生搜集资料、阅读资料和利用资料的能力；
- (3) 培养学生的自学能力

2. 知识目标

通过本课程的学习，使学生掌握以下知识点：

- (1) 理解并掌握网络营销的基本方法及基本概念；
- (2) 能够熟练使用网络营销工具进行各项活动；
- (3) 能够充分理解网络营销的概念，掌握网络的应用方法；
- (4) 理解营销环境的变化；
- (5) 掌握从 4PS 到 4CS 的变化；
- (6) 理解网络广告的具体应用；

3. 素质目标

- (1) 学会学习，学会总结，学会运用；
- (2) 学会共处，提高团队协作能力；
- (3) 学以致用，工作后能够马上进入角色。

三、学习情境门类设置

学习模块门类设置一览表

学习领域	网络营销	
参考学时	80	
学习情境设置		
序号	名称	学时分配
项目一	模块一 网络营销概述	8

认识网络营销	模块二 网络营销环境及影响因素分析	8
	模块三 网络营销策略	6
	模块四 网络营销安全与法规	6
项目二 体验网络营销	模块一 收集与发布商务信息	8
	模块二 在线营销活动	8
	模块三 “新”网络营销	8
项目三 实施网络营销	模块一 网络广告	8
	模块二 网站建设	8
	模块三 网站推广	14

四、职业能力与职业标准要求

1、职业能力

职业能力要求一览表

学习领域	学习情境	职业能力(知识技能态度)
	项目一 认识网络营销	了解学习本课程学习的目的，熟记网络营销的主要内容；
		熟记网络营销的产生、概念和特点；
		了解网络营销的相关理论；
		掌握网络营销的基本模式及流程；
		了解网络营销与电子商务的关系；
		了解网络营销的发展趋势。
		了解网络营销各方面环境及影响因素分析方法；
		熟记并掌握网络营销四大策略；
		了解有关网络营销的安全性问题及相关的法规法律。
		了解学习本课程学习的目的，熟记网络营销的主要内容；
		熟记网络营销的产生、概念和特点；
		了解网络营销的相关理论；
	项目二	了解网络商务信息的定义、来源和性质；

网络营销	体验网络营销	熟练掌握利用网络搜寻商务信息的各种手段和方式；
		认识各种在线营销的方式；
		通过新的网络营销方式形成网络营销新理念；
	项目三 实施网络营销	掌握网络广告的形式及特点；
		掌握策划、制作和发布网络广告的方法；
		掌握企业营销网站的功能、形式以及建设原则；
		熟悉并掌握网站建设从域名策划到网页设计的流程。
		了解网站推广的方式。

2、职业标准

网络营销师职业标准相关要求一览表

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识
一. 市场调查与分析	(一) 组织市场调研	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够拟订调研计划 2. 能够进行调查表与问卷调查 3. 能够组织实施市场调研活动 4. 能够撰写市场调查报告 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定调研计划的知识 2. 问卷设计知识 3. 组织市场调研活动的知识
	(二) 进行市场分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够分析市场营销宏观、微观环境给企业带来的机会与威胁 2. 能够分析客户购买行为类型 3. 能够根据消费者购买过程采取相应的对策 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场营销环境分析的知识 2. 消费者购买心理活动、购买行为模式、类型、决策的知识 △

	(三) 评估与预测	1. 能够分析、汇总调研数据 2. 能够计算总市场及区域市场潜量 3. 能够进行市场销售额的预测	1. 总市场潜量与区域量的含义 2. 市场销售额的预测方法
二. 营销策略 与营销活 动管理	(一) 制定营销策略	1. 能够编制企业营销目标营销策略与任务书 △ 2. 能够分析现有业务并编制组合计划 3. 能够编制新业务发展计划	1. 企业任务与目标、策略和任务的含义 △ 2. 分析现有业务的方法 3. 新业务计划的方法
	(二)制定市场营销实施计划	能够制定和组织市场营销实施计划	市场营销计划的含义和内容
	(三) 企业形象设计 ☆	1. 能够掌握企业形象组合知识 2. 能够掌握企业形象识别系统知识	1. 企业形象的含义和内容 2. 树立企业形象的方法
	(四) 营销管理活动 过程	1. 能够了解整个营销活动过程 2. 能够根据不同需求水平采取不同的营销对策	1. 市场营销管理过程的含义和内容 2. 分析不同需求水平的方法
三. 产品与价 格管理	(一) 产品管理	1. 能够判断产品生命周期并提出营销对策 2. 能够组织实施产品组合策略 3. 能够进行产品线决策△	1. 产品生命周期的知识 2. 产品组合的知识 3. 产品线决策的知识 △
	(二)价格管理	能够灵活运用定价策略与技巧	定价策略与技巧的知识
四. 渠道管理	(一) 制订渠道策略	能够制订与组织实施渠道策略	1. 营销渠道的种类 2. 选择、评估中间商的知识

	(二) 设计渠道系统	能够设计相应的渠道系统	渠道系统种类的有关知识 △
	(三) 实施渠道管理	能够建立、管理和维护渠道系统 △	1. 渠道调整的知识 2. 不同类型渠道关系的知识 3. 激励渠道成员的知识
五. 促销管理	(一) 制定销售促进方案	1. 能够制定销售促进方案 2. 能够进行效果评估 △	1. 销售促进的含义与特征 2. 销售促进方案设计的方法 3. 评估销售促进效果的方法
	(二) 策划并实施公共宣传活动	1. 能够与新闻媒体建立联系 2. 能够撰写公共宣传新闻稿 3. 能够策划并实施公共宣传活动方案	1. 与新闻媒体建立关系的原则 2. 撰写新闻稿的知识 3. 公共宣传活动的类型
六. 客户关系与 销售管理	(一) 客户管理	1. 能够建立客户档案 2. 能够管理应收帐款 3. 能够针对不同客户采取不同管理措施 4. 能够处理客户投诉	1. 客户分类知识 2. 客户管理的内容与原则 3. 客户管理的分析方法 4. 处理客户投诉的原则与流程 5. 应收帐款统计的知识
	(二) 服务质量管理	1. 能够设计服务质量考评体系 2. 能够对服务质量进行测定 3. 能够制定服务营销策略	1. 服务质量考评体系的知识 2. 服务质量测定的知识 3. 服务营销组合的知识
	(三) 组织商务谈判活动 ☆	能够组织商务谈判	商务谈判的知识

	(四) 经济合同管理 ☆	1. 对重要的经济合同能进行审核 2. 能够主持合同的谈判和签署仪式	1. 经济合同法知识 2. 相关的经济法律知识
	(五) 销售绩效管理	1. 能够做好销售绩效管理	1. 销售绩效管理的作用 2. 销售绩效管理的内涵 3. 销售绩效管理的方法
七. 网络营销管理	(一) 制定网络营销的模式与策略	1. 能够确定网络营销的模式 2. 能够制定网络营销的策略	1. 理解信息化、全球化带来的机遇与挑战 2. 理解网络营销的内涵与特征 3. 熟悉网络营销的必要条件
	(二) 网络营销日常管理	1. 能够实施网络营销日常管理	

五、学习情境具体设计

项目一 认识网络营销

1、参考学时

22 学时。

2、学习目标

了解学习本课程学习的目的，熟记网络营销的主要内容；

熟记网络营销的产生、概念和特点；

了解网络营销的相关理论；

掌握网络营销的基本模式及流程；

了解网络营销与电子商务的关系；

了解网络营销的发展趋势。

了解网络营销各方面环境及影响因素分析方法；

熟记并掌握网络营销四大策略；

了解有关网络营销的安全性问题及相关的法规法律。

3、工作任务

能认识网络营销的真谛并形成网络营销的观念；

通过对网络营销的环境分析掌握分析的方法和思路；

能够认识网络营销是传统营销 4P 和新营销 4C 整合的结果；

建立互联网的安全和法律意识。

模块一 网络营销概述

参考学时	6
学习目标	了解网络营销的产生和发展的过程； 熟悉网络营销的概念以及相关理论； 了解网络营销的几大模式； 掌握网络营销的职能和内容体系； 能够分辨网络营销与电子商务的不同。
工作任务	能够建立网络营销的理论体系； 能认识学习网络营销对于专业学习的意义。
相关实践知识	网络营销及市场营销案例 上网观摩网络营销网站的方法与模式
相关理论知识	市场营销理论以及关于网络的知识
拓展知识	全球网络营销的发展趋势

模块二 网络营销环境及影响因素分析

参考学时	8
------	---

学习目标	了解网络营销的宏观环境、微观环境及彼此对网络营销的影响； 掌握网络营销支持环境的内容； 重点了解网络营销的消费者环境从而认清它的发展前景。
工作任务	能够独立分析网络营销活动的环境因素； 清楚从事网络营销工作需要具备的技能；
相关实践知识	营销环境因素分析 通过网络搜寻关于营销、行业方面的信息
相关理论知识	环境与营销环境之间的关系
拓展知识	环境分析；SWOT 分析方法 营销心理学

模块三 网络营销策略

参考学时	4
学习目标	清楚掌握网络营销策略的四个方面： 产品策略，定价策略，渠道策略，促销策略
工作任务	分别掌握四大网络营销策略的制定依据； 初步具备运用网络营销基本策略进行企业商务活动的策划能力； 理论联系实际进行网络营销策划，并且注意收集案例分析、讨论、 写出报告。
相关实践知识	利用搜索引擎搜索商业信息； 在网上搜寻在线市场拓展的实例； 观摩常见的网络促销手段。
相关理论知识	4P 与 4C 的整合理论
拓展知识	网络营销品牌与传统营销品牌的异同

模块四 网络营销安全与法规

参考学时	4
学习目标	掌握网络营销安全性的几项保证措施。 熟悉网络营销的组织情况以及相关法律的内容。
工作任务	能够对网络营销的安全性进行设置；

	熟悉网络营销的法律法规体系，并能够对关于网络营销的一些现有的和潜在的法律问题提出解决方案。
相关实践知识	从网上下载和安装防火墙并通过设置完成系统的病毒防护； 实际操作完成 CA 认证的全过程； 网络营销法律问题案例分析。
相关理论知识	互联网管理与信息安全法律法规
拓展知识	世界几大网络营销犯罪案例与分析

项目二 体验网络营销

1、参考学时

26 学时。

2、学习目标

了解网络商务信息的定义、来源和性质；

熟练掌握利用网络搜寻商务信息各种手段和方式；

认识各种在线营销的方式；

通过新的网络营销方式形成网络营销新理念；

3、工作任务

灵活运用各种网络技术搜集和处理商务信息；

能够运用网络从事营销活动，掌握其中的技巧；

能够认识一些特殊的网络营销方式并能够熟练操作；

模块一 收集与发布商务信息

参考学时	8
学习目标	了解商务信息的定义以及来源； 掌握利用搜索引擎搜集商务信息的方法； 掌握网上市场调查的设计与结果分析； 学会利用 E-mail 收集客户以及企业的相关信息；

	掌握利用 BBS、新闻组、网络杂志、电子书等进行信息发布的方法。
工作任务	能熟练的运用所学的网络技能在网上收集处理自己需求的商务信息； 独立完成网络商务信息的收集和发布工作。
相关实践知识	商务信息收集和发布的成功案例 利用搜索引擎进行专题搜集； 在网上设计并发布一份完整的商业调查问卷，并对其统计结果进行分析，写出分析报告； 为指定的企业写一份面向潜在客户的以收集客户信息为主要目的 E-mail，注意其格式以及内容要符合相应的法规； 通过电子商务软件以及网站进行 BBS、新闻组、网络杂志、电子书等的相关操作。
相关理论知识	商务信息处理的流程；
拓展知识	市场环境的预测方法

模块二 在线营销活动

参考学时	8
学习目标	体会在线购物并熟练掌握它的流程和方法； 熟练掌握利用 B2C, C2C 平台网上开店的方法与步骤； 学习网上拍卖的方式、方法； 掌握 E-mail 营销的形式与方法； 了解并掌握网络营销服务的形式包括网上支付、网络物流、设计 FAQ 等
工作任务	学会操作各项在线营销方式； 能够建立邮件列表进行 E-mail 营销； 能够独立地完成整套的网上交易流程。

相关实践知识	在淘宝网上零距离购物并且开店 登陆中华拍卖网尝试商品拍卖 建立 E-mail 列表并进行列表操作； 申请网上银行帐户并登陆物流网进行模拟 B2B 的操作
相关理论知识	FAQ 与 E-mail 的运用技巧
拓展知识	B2B 的营销流程

模块三 “新” 网络营销

参考学时	6
学习目标	掌握通过即时信息软件进行网络营销活动的方法； 掌握无线网络营销的特点及方法； 掌握博客营销的特点及方法；
工作任务	能够运用介绍的特殊网络营销方式进行营销活动； 能够针对所处的环境合理选择网络营销方式。
相关实践知识	注册和使用 QQ 和 MSN 等即时信息软件并运用到营销过程中； 尝试通过手机进行模拟的营销活动； 建立个人博客以及商业博客；
相关理论知识	网络营销观念和技术的现状及发展趋势
拓展知识	病毒性营销和网上社区

项目三 实施网络营销

1、参考学时

20 学时。

2、学习目标

掌握网络广告的形式及特点；

掌握策划、制作和发布网络广告的方法；

掌握企业营销网站的功能、形式以及建设原则；

熟悉并掌握网站建设从域名策划到网页设计的流程。

了解网站推广的方式。

3、工作任务

能够进行网络广告策划、制作和发布；

认识网站建设的重要性并学习网站建设的方法；

能够通过各种手段进行网站推广。

模块一 网络广告

参考学时	4
学习目标	掌握网络广告的基本含义,特点和作用; 掌握网络广告的分类与形式以及它的基本策略和基本技巧; 掌握广告策划的一般过程; 掌握网络广告的各种发布方式和各种收费模式.
工作任务	学会根据一个主题用电子的手段策划一个广告; 能够在网络或者软件平台上发布网络广告.
相关实践知识	广告策划 网络广告的制作和发布
相关理论知识	营销心理学 广告学
拓展知识	电子平面设计的方法和技巧

模块二 网站建设

参考学时	4
学习目标	掌握网站推广方法的分类; 掌握在线推广网站的方法;
工作任务	学习如何在线推广一个网站.
相关实践知识	搜索引擎的申请与注册; 在网站的主页建立友情链接; 设计网站推广的海报.

相关理论知识	网站推广与品牌推广的关系
拓展知识	品牌推广的方法

模块二 网站推广

参考学时	12
学习目标	掌握网站的功能形式与企业网站的基本内容； 了解域名的商业价值以及网站的命名方法和域名策略并掌握申请域名的步骤； 掌握建设网站的原则和创建步骤； 重点掌握网页设计的技能和方法。
工作任务	理解网站建设对于营销以及品牌推广的重要影响； 能够独立完成网站建设的流程并熟练掌握
相关实践知识	域名主机的申请； 网站的建设和申请； 网页的策划与设计。
相关理论知识	网站建设及网页设计软件(FrontPage)的使用教程。
拓展知识	GM非同寻常的首页设计

第三部分 课程实施建议

一、教学方法、手段及教学评价

1. 教学方法

(1) 理论与实践相结合，重视实践教学

理论教学主要通过课堂讲授来实现，在理论讲授时，我们转变教学理念，从传统的“讲课”向“综合性教学系统”转变，强调启发式教学，积极推进问题教学法、案例教学法、讨论式教学法，通过提供大量的案例分析资料、提出问题、并组织学生讨论、培养学生的综合分析和解决问题的能力。

学习情境中突出实践学习，实现教学做一体化，使学生在掌握理论知识的同时，能够进行实践操作，熟悉作品设计的流程，提高职业能力和职业素质。

（2）案例教学法

每个学习情境配以案例分析，引用作品设计过程中遇到的问题，学生根据所学知识分析讨论，并解决问题，在分析、讨论的过程中巩固所学知识，同时提高解决问题的能力。

（3）互动教学法

改变以往满堂灌、填鸭式的教学方式，在教学过程中，就某些问题征询学生的意见，学生根据自己所掌握的知识阐述自己的看法，在交流中学习，形成良性的互动。

（4）实训作业

给学生布置实训作业，让学生在实训中巩固并运用所学知识。

（5）企业参观

组织学生到广告公司参观学习，提高学生的感性认识和学习积极性，同时让学生接触真实的工作环境，了解工作流程，从而提高学生实践学习的质量。

（6）课堂教学与课外讲座结合

邀请广告公司的专家给学生做讲座，丰富学生的知识面，了解网络营销操作的相关知识和技巧。

2. 教学手段

在教学手段上采取了以下措施：

（1）在教学中全部采用多媒体课件教学。

（2）充分利用网络，将教学大纲、授课教案、课后练习、案例库和参考文

献目录上网，为学生提供了自学的条件，并在网上建立讨论专区，方便师生之间的交流，同时，充分利用自己的 E-Mail 信箱，进行师生直接交流与沟通，使教学不再受时间和空间的限制。

(3) 专家讲座：每学期都聘请企业一线的专家举办讲座，与学生面对面交流，使学生了解报检知识。

3. 教学评价

(1) 学生自评模块

通过分组讨论建立学生互评机制。

通过自学加讲解过程的互动、讲解任务完成的质量、完成的结果，建立自我评价机制。

通过自我约束、互相监督建立过程监督考核机制。

(2) 教师测评模块

通过互动测试教学效果。

通过实训报告等形式，评价学生能力培养水平。

通过考试检验知识掌握运用情况。

二、课程考核方法

改变单一的理论闭卷笔试考试方式，采用理论知识考试和实际操作测试相结合的方法，对学生进行考核。对于实际操作部分，要求学生对具体的模拟业务进行现场操作，指导教师根据业务的完成情况进行成绩评定。

执行学院教务处关于学生学习课程结束后的成绩评定办法：成绩由三部分组成，平时成绩（包括作业完成情况、出勤情况、实训表现）占 20%，实际操作成绩占 30%，期末考试成绩占 50%。

三、参考教材和书目

1. 参考教材：

《网络营销》朱瑞庭主编，高等教育出版社，2009

2. 主要参考书目：

《网络营销》沈凤池主编，清华大学出版社，2005

四、课程资源的开发与利用

1. 注重课程资源的交流与共享。建立本课程的多媒体资源库和网络教学资源库，并且开通网上免费下载功能，以提高课程资源利用效率和效果。

2. 充分利用网络资源。

3. 加强与行业、企业的联系，了解当前的形式，从而更好的改进教学模式和内容，提高教学质量，同时为学生提供实践机会。

第四部分 附录

一、参考文献

《网络营销》高等教育出版社，翟彭志

二、参考网站

1. <http://www.qupzh.com/>

2. <http://youa.baidu.com/item/d592933f0fc76be40ad1678f>

《国际贸易基础》课程标准

一、课程名称：国际贸易基础

二、对象：高等职业学校电子商务专业3年制学生

三、课时：36

四、学分：2

五、课程目标

通过对本课程的学习，培养学生掌握和理解国际贸易基础理论知识、基本理论、基本政策。系统全面的介绍了国际贸易基础知识、基本理论、基本政策；跨国公司、国际服务贸易、国际技术贸易。希望学生认识理解国际经济发展的原因与趋势（包括全球化和中国加入WTO）。

六、教学设计思路

整体教学设计：

本节课的设计体现了学校国际商务专业模块化教学改革的理念，打破固有的教材体系，把知识点和技能要求融合成各个模块，并通过案例教学等形式设置专业场景，强调学生的主动参与，在教学中做到以学生为主体，突出学生的主体地位。将学生分成8个学习小组，在介绍知识点时采用小组报告，小组竞赛等形式促进学生吸收掌握知识。以模块为单元，每个模块都设置相应的学习目标、教学准备、知识模块结构图、案例导入、基础知识介绍、模块小结、商务案例分析和商务实训模拟等项目。学习目标可以让学生明确主要的教学内容，即明确学什么；教学准备可以为教师选择教学手段提供借鉴；知识模块结构图可以让学生从宏观上了解所学的知识；案例导入可以调动学生学习基础知识的兴趣；商务案例分析是引导学生运用所学的基础知识分析问题；通过商务实训模拟对学生进行资料收

集、材料分析等方面的训练。以课堂方式组织教学，教、学、练有机融合，理论学习和实践训练贯穿整个教学过程。

七、内容要求

章 次	名 称	课时数
第 1 章	国际贸易概述	10
第 2 章	国际分工	5
第 3 章	国际贸易的产生和发展	5
第 4 章	国际贸易政策	8
第 5 章	关税措施	8
第 6 章	非关税壁垒措施	8
第 7 章	鼓励出口的措施	6
第 8 章	出口管制	2
第 9 章	世界贸易组织	8
第 10 章	中国与世贸组织	2
第 11 章	当代国际贸易发展趋势	4
第 12 章	机动	6
总复习		6
合 计		78

八、教学评价建议

试卷结构如下表：

《国际贸易概论》考核试卷结构

题型	小题数量，分值，答题要求	分值合
----	--------------	-----

		计
单项选择题	20 小题，每小题 1 分。在小题后的括号内填上正确答案的序号	20 分
多项选择	5 小题，每小题 2 分。在每小题的 4 个备选答案中，选出 1 个或 1 个以上正确的答案，将其序号填入题后的括号内。多选、错选、漏选均得零分	10 分
判断题	10 小题，每小题 1 分。若判断正确，在小题后的括号内填上“√”号；若判断不正确，则在小题后的括号内填上“×”号	10 分
名词解释	4 小题，每小题 5 分	20 分
简答题	4 小题，每小题 10 分	40 分

九、实施建议

（一）教材建议

《国际贸易基础知识》高教版

参考书

《国际贸易概论》华东师范大学出版社（第二版）

（二）教学建议

1. 采用小组讨论和小组报告的形式，来激发学生的学习主动性
2. 充分运用多媒体教学手段直观演示一些现实经济问题，注重把学生引向实践
3. 作为专业教师，要时刻关注世界经济和实事动态，把最新的资讯传递给学生

4. 可根据工作任务的需要分别安排师资，充分发挥教师的特长。

5. 加强校企合作，充分利用绍兴外贸繁荣的优势。

(三) 其它说明

附件

模块一 国际贸易概述

序号	教学项目	教学目标	技能目标	教学实施说明
1	开场	1.了解主要教学内容及授课安排 2.明确考核方式及评分	1. 课程教学目标、内容、学习要求和考核方式	教师介绍
2	授课	1.国际贸易的产生和发展 2.国际贸易的特点和作用 3. 国际贸易统计指标 4. 国际贸易课程的任务	使学生初步了解《国际贸易基础知识》课的内容及结构，并能掌握国际贸易中一些重要的概念。	设计不同的场合和情境，以案例分析开展各项目活动。

模块二 国际分工

序号	教学项目	教学目标	技能目标	教学实施说明
1	开场	1.了解主要教学内容及授课安排 2.明确考核方式及评分	1. 课程教学目标、内容、学习要求和考核方式	教师介绍
2	授课	1. 国际分工概述 2. 国际分工的基本理论	学生掌握国际贸易在世界经济中的地位社作用，国际分工的形成和影响国际	设计不同的场合和情境，以案例分析开展各项目

		3. 影响国际分工的因素 国际分工对国际贸易的影响	分工的因素。	活动。
--	--	------------------------------	--------	-----

模块三 对外贸易的产生与发展

序号	教学项目	教学目标	技能目标	教学实施说明
1	开场	1. 了解主要教学内容及授课安排 2. 明确考核方式及评分	1. 课程教学目标、内容、学习要求和考核方式	教师介绍
2	授课	1. 贸易的产生与发展 2. 对外贸易的产生 3. 对外贸易的发展	学生掌握国际贸易在世界经济中的地位社作用，国际分工的形成和影响国际分工的因素	设计不同的场合和情境，以案例分析开展各项目活动。

模块四 国际贸易政策

序号	教学项目	教学目标	技能目标	教学实施说明
1	开场	1. 了解主要教学内容及授课安排 2. 明确考核方式及评分	1. 课程教学目标、内容、学习要求和考核方式	教师介绍
2	授课	1. 国际贸易政策概述 2. 自由贸易政策 3. 保护贸易政策 4. 二战后贸易政策	了解重商主义理论和政策的起源、发展、主张及对国际贸易的影响；掌握自由贸易理论和政策的依据、影响；了解保护贸易	设计不同的场合和情境，以案例分析开展各项目活动。

			理论和政策及其理论基础；了解超保护贸易理论和政策；了解国际贸易理论新理论和政策	
--	--	--	---	--

模块五 关税措施

序号	教学项目	教学目标	技能目标	教学实施说明
1	开场	1.了解主要教学内容及授课安排 2.明确考核方式及评分	1. 课程教学目标、内容、学习要求和考核方式	教师介绍
2	授课	1. 关税概述 2. 关税的种类 3. 海关税则与通关手续 4. 关税对国际贸易的影响	使学生掌握关税定义、特点、性质；掌握各种关税分类的名称和具体对象；记通关手续。	设计不同的场合和情境，以案例分析开展各项目活动。

模块六 非关税措施

序号	教学项目	教学目标	技能目标	教学实施说明
1	开场	1.了解主要教学内容及授课安排 2.明确考核方式及评分	1. 课程教学目标、内容、学习要求和考核方式	教师介绍
2	授课	1. 非关税壁垒概述 2. 非关税壁垒的种类 3. 非关税壁垒对国际	使学生非关税的概念、非关税的作用、非关税的种类征收	设计不同的场合和情境，以案例分析开展各项目

		贸易的影响		活动。
--	--	-------	--	-----

模块七 世界贸易组织

序号	教学项目	教学目标	技能目标	教学实施说明
1	开场	1. 了解主要教学内容及授课安排 2. 明确考核方式及评分	1. 课程教学目标、内容、学习要求和考核方式	教师介绍
2	授课	1. 国际贸易条约和协定 2. 关税和贸易总协定 3. 世界贸易组织	使学生了解国际贸易中经常使用的一些主要条约和协定，掌握这些协定和条约的主要内容，特别是最惠国待遇条款和国民待遇条款。 使学生了解关贸总协定的生产、作用、关贸总协定的原则和宗旨、关贸总协定的成就；了解乌拉圭回合的各项成果；了解世界贸易组织的建立过程、原则和宗旨；世界贸易组织和关贸总协定的联系与区别；中国从“复关”到“入世”的历程；中国加入世界贸易组织的机遇、挑战及应采取的对策。	设计不同的场合和情境，以案例分析开展各目活动。

模块八 国际技术贸易

序	教学	教学目标	技能目标	教学实施说明
---	----	------	------	--------

号	项目			
1	开场	1.了解主要教学内容及授课安排 2.明确考核方式及评分	1. 课程教学目标、内容、学习要求和考核方式	教师介绍
2	授课	1. 国际技术贸易概述 2. 国际技术贸易的方式 3. 国际技术贸易的内容 4. 与贸易有关的知识产权 5. 中国的对外技术贸易	使学生掌握技术的定义、技术的种类、国际技术贸易的定义和特征、知识产权的含义和特点、《与贸易有关的知识产权协议》的基本原则和主要内容、国际技术贸易方式，特别是许可贸易、技术服务、合作生产、含有知识产权或专有技术许可（转让）的设备买卖等。	设计不同的场合和情境，以案例分析开展各项目活动。

模块九 地区经济一体化

序号	教学项目	教学目标	技能目标	教学实施说明
1	开场	1.了解主要教学内容及授课安排 2.明确考核方式及评分	1. 课程教学目标、内容、学习要求和考核方式	教师介绍
2	授课	1. 地区经济一体化 2. 地区经济一体化理论 3. 地区经济一体化实践	使了解区域经济一体化的概念、各种形式及其之间的区别、区域经济一体化发展的原因、区域经济一体化的影响和各种区域经	设计不同的场合和情境，以案例分析开展各项目活动。

		4. 地区经济一体化 对国际贸易的作 用	济一体化的理论。	
--	--	----------------------------	----------	--

《网页美工》课程标准

使用专业	电子商务专业	修读学期	第 3 学期	制订时间	2016. 08
课程代码	0102016002	课程学时	36	课程学分	2
课程类型	专业方向课	课程性质	专业选修	课程类别	理论+实践
对应职业资格证书或内容	对应助理电子商务师职业资格证书考试的网页美工编辑部分				
执笔人		合作者			

一、 课程定位

随着互联网的快速发展，网页美工设计与图像处理技术进入了一个崭新的阶段。网页作为网络信息的载体，不再是简单的文字与图片的展示，而是更加强调美观性、交互性，这也是当前网页美工设计与图像处理的发展趋势。为了加强学生的网页美工设计水平，提高学生的图像处理实际动手能力，提高学生的就业竞争力，为社会培养必需的人才，我们开设了《网页美工》这门课程。该门课程实践性很强，学生必须通过大量的上机练习，才能够灵活地用它来解决实际的问题。由于电子商务专业学生在网络运营中，不可避免的要涉及美工设计实践内容，因此每一位专业学生都应该熟练地掌握和运用 Photoshop 软件的各种功能。

二、 课程设计思路

《网页美工》是一门集美学、Photoshop 图片设计，Flash 动画制作，Dreamwaver 网页设计等设计软件应用为主的实践性课程，培养学生具备良好的创意和一定程度的审美观。通过学习本课程，学生应了解网页基本设计思想，掌握和提高色彩搭配能力、网页的色彩设计、平面构成，熟练掌握 Photoshop、CorelDRAW、Dreamweaver 等工具的使用，掌握网页设计的基本方法，具备网页美

工的项目实践经验，对网页美工有深刻的认识和独特的见解，能够熟练运用各种网页设计技术实现网页的效果。

本课程采用理论与实践相结合的案例教学法和项目教学模式，将平面设计理论知识与网页设计充分结合，本课程注重实践应用能力的培养，提供相应的练习内容，加强实践操作技能的培养，增强学生择业、就业和适应职业变化的能力。

本课程实施过程中，建议课堂教学相对集中课时对网页设计中的“页面构成”、“色彩搭配”、“字体设计”、“排版与布局”、“动画制作”、“图像制作”、“网店平面设计”、“实例解析”等单元进行严格的训练（结合案例进行实战教学），力求在一个较短的时间内将学生网页设计能力提到一个较高水准。在实践教学手段方面，建议采用投影教学的方式进行理论和实例的讲解，加大临摹练习，以获得最佳的教学效果。

三、课程学习目标

（一）本课程学习应具备的专业能力

本课程的教学目标是：以现代职业教育理念为指导，通过先进的教学手段，使学生充分掌握网页设计中平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局、网络动画、形象设计与广告传媒等多个方面的理论知识并结合实例进行设计，加深对网页美工设计的理解，不断提高学生的艺术修养和设计技能水平。

通过本课程的学习，学生应掌握

- （1）网页美工设计能力；
- （2）网页设计中的平面构成及色彩搭配原理；
- （3）网页设计中的字体设计；
- （4）网页设计中的排版与布局原理；

(5) 网页设计中的动画制作；

(6) 淘宝网店首页、产品详情页、活动页面的设计。

(二) 本课程学习应具备的方法能力

通过本课程的学习，使学生具备开放的专业思维，树立牢固的专业信心，并通过多个实训项目，培养学生具备独立从事网页美工设计和网店页面设计能力。

(1) 掌握并熟练应用网页设计中的平面构成、色彩心理及色彩搭配原理；

(2) 能熟练掌握网页设计中的字体设计原理；

(3) 熟练掌握并活用网页设计中的排版与布局；

(4) 掌握并活用图片和网络动画；

(5) 掌握和优化网店页面设计。

(三) 本课程学习应具备的社会能力

通过本课程的学习，向学生传播独立设计能力和设计思维，让学生热爱专业，树立远大理想，锻炼和培养学生踏实认真、精益求精等基本素质，且具备：

(1) 艺术欣赏能力；

(2) 实事求是的作风和创新意识、创新精神；

(3) 不断学习的能力。

四、 典型工作任务

本课程基于电子商务网店运营需要，企业网页设计和美工工作过程，设计了网页平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局、网页动画、网页图像、网店首页、产品详情页、活动页面设计等7个工作任务，让学生在真实的工作任务中学习，通过多环节的技能训练，全面掌握网页美工设计基础知识和技能，能够承

担企业相应的设计和制作任务，通过对各类网页的分析，提高学生的网页美工设计能力，提高审美水平。

五、 课程整体设计

序号	单元（项目）	主题（模块）	学时分配
1	网页平面构成	网页美工概述	4
		网页平面构成	4
2	网页的色彩搭配	网页配色	4
3	网页的字体设计	网页的字体设计	4
4	网页排版与布局	网页版式设计	4
5	网页图像处理	网页图像处理	4
6	网页动画处理	网络动画的制作	4
7	网店平面制作	网店首页制作	4
		产品详情页制作	4
		活动专题页制作	4
课程学习总学时			36

六、 课程学习单元内容与要求

单元（项目）名称：网页平面构成

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握网页美工需要具备的能力，掌握平面构成原理及构成形式。	载体或活动
	2. 具体任务：熟练掌握网页美工使用的设计工具。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	以教材案例和天猫店铺实例为例

学习方法建议	实践法		
学习重点与难点	重点：熟练掌握平面构成形式并应用于网页设计 难点：构成形式在网页设计中的活用		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	机房环境、安装 photoshop、dreamweaver、flash 等教学软件，能够访问各案例网站。		
学生学习知识与技能准备	平面构成原理、构成形式、构成形式在网页设计中的运用。		
学习考核与评价	网页美工使用的设计工具 30%，平面构成原理 30%，平面构成形式 40%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
网页美工概述	掌握网页美工需要具备的能力。	能熟练掌握网络美工所要求具备的设计工具。	2
网页平面构成	掌握网页平面构成设计中的 3 个方面；熟练掌握平面构成形式并应用于网页设计。	平面构成原理及构成形式。	2
本学习单元学时小计			4

单元（项目）名称：网页的色彩搭配

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握色彩构成原理，掌握网页配色原理 2. 具体任务：网页常用配色分析。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	载体或活动
		以教材案例和天猫店铺实例为例
学习方法建议	实践法	
学习重点与难点	重点：网页配色原理中的色彩的印象、调和、对比、变化。以及网页常用配色分析； 难点：网页色彩心理	

组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	机房环境、安装 photoshop、dreamweaver、flash 等教学软件，能够访问各案例网站。		
学生学习知识与技能准备	色彩构成，网页配色原理，网页色彩心理，网页配色分析		
学习考核与评价	网页配色原理 30%，网页色彩心理 20%，网页配色分析 50%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
网页的色彩搭配	熟练掌握网页配色原理，并能结合网页色彩心理的理论，活用于网页设计中。	了解色彩构成原理及网页色彩心理，掌握网页配色原理	2
本学习单元学时小计			2

单元（项目）名称：网页的字体设计

学习性工作任务或项目	1. 目标：熟练掌握网页设计中字体与版式设计。 2. 具体任务：网页字体与版式设计，培养学生的制作能力。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	载体或活动
		以教材案例和天猫店铺实例为例
学习方法建议	实践法	
学习重点与难点	重点：字体设计原理及网页设计中文字颜色的运用“羽化值”、“容差”等参数的合理设置。 难点：字体与版式设计中文字的编排形式，以及文字编排的特殊表现	
组织实施建议	理实一体项目化教学	
学习场地与设施建议	机房环境、安装 photoshop、dreamweaver、flash 等教学软件，能够访问各案例网站。	

学生学习知识与技能准备	字体设计原理，字体与版式设计，文字颜色的运用，属性栏的设定		
学习考核与评价	字体与版式设计 50%，文字颜色的运用 30%，属性栏的设定 20%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
网页的字体设计	熟练掌握网页设计中字体与版式设计的相关内容 “扩大选取”和“选取相似”命令搭配使用方法，能够灵活设计字体版式。	字体设计的基本原理，网页设计中字体与版式设计，以及文字颜色的运用。	2
本学习单元学时小计			2

单元（项目）名称：网页排版与布局

学习性工作任务或项目	1. 目标：熟练掌握网站风格设计、网页布局	载体或活动
	2. 具体任务：掌握网页设计中的版式设计、网页布局、导航设计。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	以教材案例和天猫店铺实例为例
学习方法建议	实践法	
学习重点与难点	重点：掌握树立网站设计风格的方法；理解如何将网页设计变得简约；理解网页设计中版式设计的原理。 难点：网页布局、按钮的设计，高级设计导航方法。	
组织实施建议	理实一体项目化教学	
学习场地与设施建议	机房环境、安装 photoshop、dreamweaver、flash 等教学软件，能够访问各案例网站。	
学生学习知识与技能准备	网站风格设计，商务网页设计，版式设计，网页布局，导航设计	

学习考核与评价	版式设计 50%，网页布局 30%，网站风格设计 20%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
网页排版与布局	熟练掌握网页合理排版，能掌握网站设计风格的方法；掌握网页布局、导航栏、按钮的设计方法。	掌握树立网站设计风格的方法；掌握关于网页 LOGO 的知识点；了解简约网页设计的特点以及网页设计中的版式设计。	2
本学习单元学时小计			2

单元（项目）名称：网页图像处理

学习性工作任务或项目	<p>1. 目标：掌握网页图像颜色调整，几种滤镜效果和图层效果的使用。</p> <p>2. 具体任务：掌握网页设计中图像颜色、滤镜、图层处理的相关操作。</p> <p>3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评</p>	载体或活动
		以教材案例和天猫店铺实例为例
学习方法建议	实践法	
学习重点与难点	<p>重点：掌握网页背景图像无缝连接的制作、图像抽丝效果、浮点效果和阴影效果的设计。</p> <p>难点：滤镜效果和图层效果的处理。</p>	

组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	机房环境、安装 photoshop、dreamweaver、flash 等教学软件，能够访问各案例网站。		
学生学习知识与技能准备	网页背景处理、图像无缝连接、图像抽丝效果、浮点效果、阴影效果设计。		
学习考核与评价	滤镜效果和图层效果设计 50%，图像无缝连接设计 20%，抽丝效果、浮点效果和阴影效果设计 30%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
网页图像处理	掌握几种背景处理效果；掌握图像抽丝效果的制作；掌握图像颜色调整，掌握几种滤镜效果和图层效果的使用等与图像处理相关的操作。	网页背景处理、图像抽丝效果、图像颜色调整、滤镜效果、图层效果	2
本学习单元学时小计			2

单元（项目）名称：网页动画处理

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握网页动画的设计和制作，	载体或活动
------------	---------------------	-------

	将动画无缝连接于网页。 2. 具体任务：掌握网络动画的制作与网页的衔接。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评	以海尔网站为例	
学习方法建议	实践法		
学习重点与难点	重点：网络动画的制作，动画在网页中的嵌入。 难点：网络动画制作的指导方针。		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	机房环境、安装 photoshop、dreamweaver、flash 等教学软件，能够访问各案例网站。		
学生学习知识与技能准备	网络动画的分类，网络动画的制作，网络动画的指导方针，动画嵌入。		
学习考核与评价	网络动画的制作 50%，动画无缝连接设计 30%，网络动画的指导方针 20%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
网页动画处理	掌握网络动画的制作，理解网络动画设计思想，掌握动画在网页中的应用。	网络动画的制作及指导方针，动画的嵌入。	2
本学习单元学时小计			2

单元（项目）名称：网店平面制作

学习性工作任务或项目	1. 目标：掌握网店页面的设计与制作，	载体或活动
------------	---------------------	-------

	<p>制作出精良的作品。</p> <p>2. 具体任务：能够熟练制作网店首页、产品详情页和活动专题页面。</p> <p>3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评</p>	以教材案例和天猫店铺实例为例	
学习方法建议	实践法		
学习重点与难点	<p>重点：网店首页制作、产品详情页制作、活动专题页制作。</p> <p>难点：网页分析与创意设计</p>		
组织实施建议	理实一体项目化教学		
学习场地与设施建议	机房环境、安装 photoshop、dreamweaver、flash 等教学软件，能够访问各案例网站。		
学生学习知识与技能准备	网页策划，网页分析，网站首页制作，产品详情页制作，活动专题页制作		
学习考核与评价	网站首页制作 30%，产品详情页制作 40%，活动专题页制作 30%		
学习单元设计	拟实现的能力目标	必须掌握的知识内容	学时
网店首页制作	掌握网店页面的设计与制作，能熟练制作网店首页。	版面整体设计、背景设置、主题图像的制作、导航菜单的制作。	2

产品详情页制作	掌握网店页面的设计与制作，能熟练制作产品详情页。	版面整体设计、背景设置、主题图像的制作、标题的制作、优化效果	2
活动专题页制作	掌握网店页面的设计与制作，能熟练制作活动专题页面。	版面整体设计、背景设置、主题图像的制作、网页切片、标题的制作	1
本学习单元学时小计			12

七、课程考核与评价

本课程为第四学期的考查课，主要采用提交设计作品的形式，以百分制形式计分，具体考核形式与所占比重如下表：

考核方法	平时	闭卷考试	开卷考试	口试	设计	论文	报告	实物作品	操作考试	上机考试	以证代考	其他方法： _____
选用“√”	<input type="checkbox"/>											
所占期末总成绩比例	40%				60%							

具体评价体系及权重包括：

评价项目	评价内容	评价形式	权重 (%)	分值	
过程性评价	学习单元评价	知识理解、参与讨论、回答问题、出勤情况	工作效率 (课堂表现)	20	20

	学生自评	技能掌握程度	工作态度	10	10
结果性评价	学习单元评价	完成典型工作任务的效果和质量	工作熟练程度 工作效果	40	40
		知识的理解 方法的掌握	测试成绩	20	20
第三方评价	学生互评	团队合作 工作质量	工作成果	10	10
合计				100	100

八、 教材及相关资源

建议本课程选用的教材：《精通 Photoshop 网页美工设计》，主编：张俊峰，清华大学出版社，2015 年

主要参考书：

《网页美工设计》，主编：崔建成，电子工业出版社，2014

九、 其他说明

本课程的实训内容安排的专业实训室内进行，要求能接入 Internet，方便访问各类美工设计网站。

计算机中要求安装 WindowsXP 专业版操作系统，并安装好 Photoshop、Flash、CorelDRAW、Dreamweaver 等相应的教学软件，以及 office/PDF 等常用的系统软件。

本课程实施过程中，遵循以下原则：

(1) 课堂以讲授和实操为主，教学辅助手段：通过 CAI 课件、互联网、上机等手段建立学员的理性认识。

- (2) 通过章节相关内容的案例介绍与分析，进一步增强学员的感性认识。
- (3) 作业：学生通过完成预定的设计任务，达到对重点知识和技能的巩固。

《客户关系管理》课程标准

课程代码	0404210131	课程类别	专业核心课程
课程类型	(理论+实践)课	课程性质	必修课
课程学分	2	课程学时	36
修读学期	第5学期	适用专业	电子商务专业
合作开发企业			
执笔人			审核人

1. 课程定位与设计思路

1.1 课程定位

《客户关系管理》是电子商务专业开设的一门专业核心课程(理论与实践)。目前,客户关系管理人才缺口较大,客户管理教育与培训明显滞后,远远不能适应客户管理与客户经营的发展需求。在CRM(客户关系管理)专委会的指导下,根据不同企业对CRM型人才的各种需求类型,对“电子商务”专业的定位和课程体系进行了改革。培养面向企业需求、掌握客户关系管理的内涵和前沿性发展理论,并具备一定的CRM操作技能的专业性技术人才。通过本课程的学习,一方面使学生能够深刻地理解CRM的内涵、理论体系、课程背景以及前沿性发展成果,另一方面也可以掌握CSM的整体运作技能,能够熟练地运用CSM的每个业务环节,从而提高CSM的业务运作能力。同时,加强对其他相关课程的理解和掌握,从而提高学生的综合素质与综合能力。

前修课程有:《市场营销》 《商务沟通和谈判》

1.2 设计思路

本课程设计的总体思路是坚持“以职业岗位为课程目标，以职业能力为课程核心，以职业标准为课程内容，以学生为主体，以教师为引导”。在教学设计中以具体的“客户管理与客户服务项目”为平台，进行基于工作过程、行动导向的课程设计，形成“教、学、做”一体化的课程，以工作过程为导向，开展任务驱动型教学。为了实现本门课程对学生能力目标的培养，确定本课程的参考学时为 48 学时，学分为 3 学分。

2. 课程目标

通过本课程教学，培养学生良好的职业态度、职业意识、职业思维和职业精神，熟练掌握客户服务部对客户服务的技能，逐步形成管理能力和创新能力，为在行业中的发展奠定坚实的基础。

2.1 知识目标

引导学生全面掌握客户服务部服务与管理的知识内容，包括客户服务部工作职责、客户服务部业务构成、客户服务部产品知识、客户服务部业务流程及要素、消费心理等；掌握客户服务部运转规律、客户服务部组织特点。

1. 了解客户调查、电话联系、上门拜访、服务展示和公关活动的方法。
2. 了解售后服务的内容和要求；
3. 了解客户价值分析的方法，了解客户维护的方法。
4. 了解客户关系管理与客户经营的职业标准。
5. 了解客户管理与客户经营质量管理的方法和标准。

2.2 能力目标

依据职业教育特点突出实践教学环节，培养学生具有较强的规范操作能力和个性化服务能力；掌握现代客户服务管理的基本理论和方法，把握客户

服务业务经营的发展趋势和科学管理方法的运用，力求培养具有较高素质的既懂理论又会操作的实用型的服务于管理人才。

1. 具有调查客户信息、电话联系、邮寄资料获得客户的需求信息的能力，具有根据自己公司的实力确认是否继续跟进客户促成订单或寻找新的客户资源的能力；
2. 具有对已成为稳定期客户的售后服务的能力；
3. 具有合理分配时间在开发新客户和维护老客户的能力，具有充分分析是否有意义需要投入时间金钱继续维护客户的能力；
4. 具有在有限的客户资源库里快而准地寻找目标客户的能力，具有快速通过技术各种手段实现稳定客户的形成的能力。

2. 3 素质目标

1. 具有强烈的社会责任感、良好的职业道德。
2. 具有健康的体魄、良好的体能和健全的心理。
3. 具有正确的从业心态。
4. 具有刻苦、严谨、周密细心、不敷衍了事、工作到位的作风。
5. 具有艰苦奋斗、热爱劳动、爱岗敬业和良好的团队合作精神。
3. 具有积极进取的职业心理，刻苦钻研，好学上进、克服困难。

3. 教学内容

《客户关系管理》课程是高职院校电子商务专业的核心课程之一，它以培养学生职业能力为主线，融理论教学与实践教学为一体，教学中突出客户关系的实践环节，要求学生通过了解客户服务部职能，掌握操作流程和服务技术，来把握客户服务运转规律，形成科学管理的思维模式，培养学生成为

高素质的既懂理论又会操作的客户服务与管理人才。具体教学内容见下表：

表 1 教学内容描述

序号	教学内容	技能内容与教学要求	知识内容与教学要求	素质内容与教学要求	学时
1	客户关系管理与客户经营认知	根据岗位工作内容和岗位要求，能够分析和归纳出应具备的岗位能力结构。	了解客户关系管理的实际工作岗位、实际工作内容及任职的要求；客户的含义；客户关系管理的功能；客户经营的关键能力。	逐步培养学生了解岗位、熟悉岗位、热爱岗位的意识。	4
2	调查客户信息	能正确调查客户状态，能获得客户需求的信息；掌握客户调查技能。	客户需求；客户状态；客户调研；调研方法；调研流程。	培养学生积极的态度；良好的团队合作精神；良好的职业操守。	4
3	电话联系	能揭示客户需求，能探讨客户需求，能寻找客户需求；会电话沟通，会电话联络。	客户的 25 个隐秘需求，电话礼仪。	培养学生积极的态度；乐观的精神；严谨的工作作风。	4
4	上门拜访	会正确介绍；会正确交换名片；善于表达。	交往艺术；交往规范；沟通技巧。	培养学生积极的态度；乐观的精神；严谨的工作作风；语言表达能力。	4
5	产品演示	会服务展示；能做好服务解说、会处理客户异议。	服务介绍的技巧；注意事项（八大技巧）。	培养学生逻辑思维能力、语言表达能力；培养学生分析、判断、	4

				应变能力。	
6	公关活动	能应对媒体；会礼宾；会接待；会选择营销手段；会正确使用营销手段。	公关礼仪；沟通与互动；仪表化妆着装艺术；现代营销手段。	培养学生策划、公关能力；善于沟通能力；创新能力。	4
7	售后服务	掌握服务礼仪；掌握服务技能；熟悉服务质量管理方法。	服务礼仪；服务技能；服务质量管理方法。	培养学生服务意识；沟通能力；组织管理能力。	6
8	新客户开发	善于通过客户反馈的信息细分客户，采用不同的跟踪方法，整理客户资料，实现有效的客户。	客户细分；新客户开发的途径和技巧。	培养学生团队合作能力；沟通能力；成本核算能力。	6
9	优质客户拓展	会诊断并改善客户关系导向；	优质客户内涵；优质客户拓展方法及意义。	培养学生团队合作能力；组织管理能力；创新能力。	6
10	客户维护实施	能够维护客户关系；获取更多的客户份额。	客户维护的步骤；客户维护的要求；客户维护的方法。	培养学生团队合作能力；组织管理能力；创新能力。	6

4. 实施建议

4.1 师资队伍

本课程教学目标的实现要求任课教师的必须具有本科以上学历，有一定的企业相关岗位实践经验，具有职业教育教学理念，具有专业教学能力及实践能力。企业兼职教师，应从事客户服务相应岗位工作，并能够对学生理论知识学习及实践起指导作用。

4.2 教材及相关资源

教材选用清华大学出版社出版的林邵文主编的《客户关系管理与客户经营》项目化教材，该教材的编写以项目为载体实施教学，项目选取科学，符合该门课程的教学目标，使学生在完成项目的过程中通过项目的学习逐步提高职业能力，同时具有可操作性。

本课程充分利用相关教辅材料、多媒体课件、电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站等信息资源，不断提高教学资源的种类及针对性。

4.3 教学组织模式

由于客户关系管理是一门实践性较强的理实一体课程，在教学中遵循“教、学、做、评”一体化原则。课程内容的教学要求必须以学生自主学习为主，教师的讲授与辅导为辅。让学生边学、边做、边总结，在学中做，在做中学。所以教学中除以整班的教学管理为主外，同时采用分组学习或（工作）团队学习，并基于一定的学习任务，带有明确的工作任务来具体实施教学组织。

4.4 教学方法与手段

根据学生认知特点，由简单到复杂，由新手到能手的工作过程，确定学习情境的教学方法和手段。《客户关系管理》是工作导向课程，任何教学方法的采用，都是为了体现以学生为主体、教师为主导的“教、学、做”一体的教学理念。在课程教学中，根据学生特点，课程内容，及教师教学特点采取任务驱动教学法、

引导教学法、头脑风暴教学法、案例教学等教学方法，引导学生自主学习，培养学生自主创新的能力。

教学方法 1. 项目教学法

以实际项目为目标，整个教学围绕项目任务的解决展开，突出知识的应用性，引导学生自主思考，其目的是在课堂教学中把理论与实践教学有机地结合起来，学习和典型任务结合起来，提高学生解决实际问题的综合能力，训练学生与人沟通合作的能力。

教学方法 2. 案例教学法、启发引导法

本课程的重点是把 CRM 管理知识、方法应用到实践中去，案例教学能够保证学生提高应用能力的工作重点，将实际案例引入教学中，每个重要知识点均与实际应用结合，使学生加深对知识的理解，学会对知识的运用，提升学的成就感，激发学生深入研究学习的动力和兴趣。案例选取，具有代表性与实际相结合。

教学方法 3. 角色扮演法、任务驱动法

在教学中，使学生扮演实际工作中的角色，承担工作者的职责，学习过程与现场工作接轨提高学生职业规范、职业道德、分工合作能力及责任感。

教学方法 4. 讲练结合

以学生为主体，教师加以适当的引导，提高学生分析问题、解决问题的能力，提高学生的实践技能。

4.5 教学考核与评价

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试和实践考核相结合的方法。要将过程评价与目标性评价相结合，理论与实践相结合，学生自评

与互评相结合，充分关注学生的个性差异，发挥评价的启发激励作用，增强学生的自信心，提高学生的实际应用技能。

表 2 考核评价表

成绩构成（名称）	权重（%）
个人自评	10
组内互评	10
小组互评	10
老师评定	10
课堂提问	10
期末综合考试	50
合计	100

4. 6 其他说明

本课程教学标准适用于高等职业院校电子商务专业（3 年制）。

电子商务概论课程标准

1、前言

1.1 课程基本信息

课程名称：电子商务概论

课程类别：专业核心课、专业必修课

课程编码：071023

学 时：36 学时

适应专业：电子商务专业

1.2 课程性质

本课程是高职高专电子商务专业的一门核心课程、专业必修课程。

本课程是电子商务专业的专业基础兼核心课程，在电子商务专业课程体系中有着重要的地位和作用。通过对电子商务相关概念、理论、业务和案例的教学，培养学生对电子商务领域学习和探究的兴趣，对职业方向和职业岗位的认知，解释和解决电子商务领域基本问题和现象的能力。并为后续电子商务专业学习方向的选择和相关专业课程的学习打下良好的基础。

本课程以“电子商务网络技术基础”课程的学习为基础，同时与“网络营销”、“电子商务物流管理”、“网络零售”等课程相衔接，共同打造学生的专业核心技能。

1.3 设计思路

电子商务概论是一门具有较强实践性的课程，传统学科教学模式在课程内容的组织和教学方法上很难达到理想的效果。本课程以电子商务专业学生的就业为导向，职业成长为目标，践行工学结合的人才培养模式，以电子商务行业企业典型工作任务为核心组织课程内容，以电子商务技术领域和职业岗位（群）的

任职要求为导向构建课程体系，突出课程特点，强化实践教学。通过设计若干“工作项目”，创设相应工作情景，使学生在完成具体项目的过程中消化掌握课程所需传达的知识内容，并掌握电子商务基本操作技能，切身体会电子商务业务流程，全面提升学生的职业道德和职业素养。

在设计思路上，通过对电子商务领域实际工作任务的调研分析，提炼出实际典型工作任务，以此构建学习性工作任务集合，并依托学习型工作任务实施教学。项目的设计与安排充分体现任务驱动，以工作过程系统化为导向的课程思想，同时遵循课程的目标要求、创新创业理念、学生的认知规律，由浅入深，由易到难。教学过程的实施体现相应职业工作过程，学生的专业技能，创新创业意识能力得到不断的完善与强化。

2. 课程目标

本课程的总体目标是：对什么是电子商务，电子商务与人们日常学习、生活和工作的关系，以及企业电子商务应用现状有较为全面、深入的理解；掌握电子商务活动中常用的网络调研、交易、营销、支付、物流等基本技能；能进行企业电子商务应用的调研分析和方案策划；培养学生树立独立思考、吃苦耐劳、勤奋工作的意识以及诚实、守信的优秀品质，为今后从事电子商务工作奠定良好的基础。

2.1 能力目标

- (1) 能讲述我国电子商务的发展史及关键年份的重要事件；
- (2) 能从个人学习、生活和工作的角度调研分析相关电子商务的应用，并形成调研分析报告；
- (3) 能分析电子商务对当前企业生产、经营活动产生的影响，调研相关企

业，并形成分析总结报告；

(4) 能分析以阿里巴巴网站为代表的 B2B 网站的经营模式，解释其网站栏目、买家和卖家的工作流程（包括信息查询、推广、洽谈、合同签订、物流和支付等），并能进行业务操作；

(5) 能分析以淘宝商城、当当网为代表的 B2C 网站的经营模式，解释其网站栏目，能进行卖家网站的申请、创建，买家的订购流程（包括信息查询、订单、物流和支付等）等操作；

(6) 能分析以淘宝网、拍拍网为代表的 C2C 网站的经营模式，解释其网站栏目，能在这些平台上开店，进行店铺管理、装修、推广、物流等操作，能完成买家的订购流程（包括信息查询、订单、物流和支付等）等操作；

(7) 能够为某企业或商家编写一份 B2C 或 C2C 网站的建设与推广策划书。

2.2 知识目标

(1) 掌握电子商务的概念，电子商务一般框架结构；

(2) 了解电子商务的发展历程，对应用现状和发展趋势有较全面认识和判断；

(3) 掌握当前电子商务的主要赢利模式；

(4) 掌握 B2B、B2C、C2C 电子商务的基本运作模式；

(5) 掌握电子商务活动中的电子商务调研、交易、营销、支付、物流等基本技能；

(6) 掌握电子商务活动中的诚信、安全问题。

2.3 素质目标

(1) 团队协作能力、社会责任心、诚信的品德；

- (2) 人际交流和沟通能力；
- (3) 解决问题和创新能力；
- (4) 吃苦耐劳、勤劳工作的敬业精神和职业素养。

3、课程内容标准

序号	技能模块	知识内容与教学要求	技能内容与教学要求
1	电子商务认知	1. 了解电子商务的起源和发展现状、电子商务的基本框架、电子商务的效益； 2. 理解电子商务的概念、构成要素、分类以及电子商务立法应解决的特殊问题； 3. 掌握电子商务的业务流程。	1. 能对传统商务活动过程及不足进行描述； 2. 能初步界定电子商务活动、区别电子商务类型； 3. 能描述电子商务业务流程。
2	B2C 电子商务	1. 能描述 B2C 类型及其特点； 2. 能描述 B2C 后台运作流程； 3. 能总结描述 B2C 交易流程。	1. 能熟练在 B2C 平台上进行个人注册； 2. 能熟练在 B2C 平台发布企业信息和商品信息； 3. 能熟练在 B2C 平台上完成下单； 4. 能运用支付平台完成货款支付； 5. 能熟练处理订单信息； 6. 能完成发货及进行物流信息查询；
3	B2B 电子商务	1. 能基本说出 B2B 的方式及其特点； 1. 能描述 B2B 平台的类型及其特点； 2. 能举例说明目前典型的 B2B 第三方平台及特点；	1. 能熟练在 B2B 平台上进行企业会员注册； 2. 能熟练在 B2B 平台上发布供求信息； 3. 能熟练在 B2B 平台上完成询盘、洽谈及下单；

		<ul style="list-style-type: none"> 3. 能熟练说出一般的 B2B 交易流程； 4. 能描述电子支付的涵义；能描述常见的第三方支付平台及支付过程。 	<ul style="list-style-type: none"> 4. 能熟练处理订单信息； 5. 能运用支付平台完成货款支付； 6. 能完成发货及进行物流信息查询。
4	C2C 网店开设与交易	<ul style="list-style-type: none"> 1. 熟悉典型的 C2C 第三方平台及特点； 2. 熟悉网上商店开设的流程与规则； 3. 熟悉实名认证的方法和作用； 4. 熟悉 C2C 后台运作流程； 5. 掌握 C2C 交易流程； 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能在 C2C 平台创建网店 2. 能在 C2C 平台完成实名认证 3. 能对产品进行描述并将商品信息发布于网店上 4. 能在后台修改商品信息 5. 能熟练在 C2C 平台上进行个人注册 6. 能准确在 C2C 平台搜索主题商品和合适商家 7. 能在 C2C 平台上洽谈、下单 8. 能使用第三方支付平台支付货款 9. 能熟练处理订单信息 10. 能完成发货及进行物流信息查询 11. 能在 C2C 平台上确认收货 12. 能完成交易评价
5	电子商务信息安全	<ul style="list-style-type: none"> 1. 了解常见的电子商务安全问题 2. 了解电子商务安全加密技术 3. 了解电子商务安全认证技术 4. 了解电子商务安全认证体系 5. 了解信用认证的作用 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能开通网上银行功能 2. 能使用网上银行证书 3. 能进行网上银行查询、转账等操作 4. 能通过其它支付渠道（如第三方支付平台）进行电子支付

6	电子商务 支付与结 算	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解电子货币的涵义 2. 了解常见的电子货币工具 3. 熟悉电子支付的一般流程 4. 掌握网上银行的涵义 5. 了解移动支付的种类及支付流程 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能开通网上银行功能 2. 能使用网上银行证书 3. 能进行网上银行查询、转账等操作 4. 能通过其它支付渠道（如第三方支付平台）进行电子支付
7	EDI 电子 商务	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解 EDI 系统的三个层次及功能 2. 了解 EDI 与 Internet 结合的四种方式 3. 认识 EDI 在国际贸易中的应用 4. 掌握 EDI 概念、EDI 标准、EDI 标准三要素 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能描述公司格式的商业单证转换成 EDI 标准报文的步骤 2. 能模拟完成 EDI 报文的生成、格式转换及收发 3. 能能对一家 ED 中心分析其功能
8	网络营销	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解网络营销的涵义 2. 熟悉网络消费的行为特点 3. 掌握网络营销的策略 4. 熟悉网络营销的主要方法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据网上交易的情况分析所需的网络营销策略和方法 2. 能对网络产品进行定位 3. 能分析网络消费者的类型 4. 能利用网页制作工具进行网站优化 5. 能使用搜索引擎进行网站推广 6. 能利用网络广告进行网络营销查询 7. 能利用邮件推广进行企业宣传 8. 能根据企业产品进行网络调研 9. 能使用网上广告交易市场 10. 能利用其它途径（如博客等）进行企业推广

9	电子商务与物流运作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解电子商务物流的涵义 2. 掌握物流的产生及定义 3. 了解物流的分类和功能 4. 了解仓储和运输公司运作流程 5. 了解目前典型的物流公司和速递公司 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据业务的需要选择合适的物流渠道和服务公司 2. 能熟练进行仓储平台中出库方式、仓库设置、库区设置、入库类型和出库类型等信息设置 3. 能熟练对出入库及其他业务进行处理 4. 能熟练进行运输平台中企业信息、车辆安排、途中状态等信息设置 5. 能熟练处理运输订单信息
10	电子商务法	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子商务立法的意义和特点 2. 充分认识电子商务面临和主要解决的的法律问题； 3. 熟悉我国目前的电子商务法律法规 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能分析电子商务领域典型案件 2. 了解我国现行电子商务法法律法规 3. 能解读电子签名法 4. 能选择应用电子商务法维权，并能在企业电子商务项目运作中应用电子商务法，

4. 实施建议

4.1 教学组织建议

4.1.1 教学方法

- 作为一门实践性突出的专业基础课程，在课程的整个教学过程中，强调突出实践性教学、研究性学习为主的教学模式。所有学习性工作任务通过多媒体演示、案例教学、情境模拟、实际演练等多种教学方法的有机结合来完成。学生的研究性学习以 3-4 人组成的小组为单位，小组成员自主、共同完成学习任务。
- 为了更好的获得课程教学的效果，采取课内教学实践和课外顶岗体验结合的

方式；同时根据课程教学内容的需要安排特定的专业教师和企业指导教师指导相关教学模块。

4.1.2 教学内容选择、教学重点建议

- 教学内容力求围绕本课程知识和能力要求来选择，不求知识体系的完整，突出能力的培养。
- 本课程的教学重点是电子商务基本应用流程操作能力、网络营销工具的应用能力、网络安全意识和安全工具应用能力、电子商务物流基本资源整合和流程设计能力的培养。

4.2 教学评价

- 改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、目标评价、过程评价，理论与实践一体化评价模式。
- 关注评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、考试情况，综合评价学生成绩。
- 应注重学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

5. 附录

《电子商务案例分析》课程标准

1. 课程定位和课程设计

1.1 课程性质与作用

《电子商务案例分析》是高职院校电子商务专业开设的一门重要的专业课。通过对典型案例的分析讨论使学生更加透彻地理解电子商务运营和管理的一般规律，通过我国电子商务与国外电子商务发展的对比认识阻碍我国企业发展电子商务的原因，从电子商务的实践中寻找电子商务发展的一般模式，为进行电子商务运作、管理和策划积累经验。

电子商务案例教学不仅能更好的让学生全面认识电子商务，提高学生的实践能力和创新能力，而且案例教学使得学生成为了教学活动的主体，形成了学生自主学习、合作学习、研究性学习和探索性学习的开放型的学习氛围，收到良好的教学效果。

电子商务案例教学的重作用主要体现在以下三个方面。一是能够深化所学的理论知识，通过案例分析加深对理论知识的深层次理解；二是能够使所学的知识转变成为技能，理论学习与实践应用有机地结合；三是在逼真模拟训练中做到教学相长，师生之间在共同的分析讨论过程中，通过发散性思维，激发大家的灵感，做到相互启迪，相互学习。可以说电子商务案例教学是对学生实施素质教育的有效手段之一。

1.2 课程设计理念

在近几年的教学实践中，传统的教学模式已经不能适应当今的教学需求，对于电子商务，这类实践性很强的学科，合理采用案例分析法，选用生动具体，切合实际，紧跟时势，有针对性的典型案例贯穿与整个电子商务教学之中，这对于提高教学质量，无疑能取得事半功倍的效果。

1.3 课程设计思路

本课程通过用完整的案例讨论替代以理论教学中的案例列举，以案例教学的真实性和完整性，深化所学的理论知识，通过案例分析加深对理论知识的深层次理解，使所学的知识转变成技能，理论学习与实践应用有机地结合，并通过在逼真模拟训练中做到教学相长。

2. 课程目标

2.1 专业知识目标

本课程教学内容包括互联网时代的商业价值创造；互联网商贸的发展战略；新业务模式开发；B2B的价值创造；电子商务整合行业资源；互联网娱乐平台的盈利模式；电子杂志产业的形成；在线地图信息服务的价值链；客户关系管理的应用；网络营销的策略与实施；虚拟经济与社会交往；公共服务与新农村建设。

2.2 专业能力目标

通过本课程的学习，使学生掌握进行电子商务案例分析的方法和思路，熟悉较多的国内外典型企业电子商务应用的实际状况，培养学生的进行案例分析能力和归纳总结能力，从而使学生掌握电子商务的运行规律，在调查、讨论与实践的基础上更深入地理解电子商务的基本原理。

2.3 社会情感目标

通过本课程的学习，学生应具备提出问题、分析问题并解决问题的能力；独立思考的能力；获取新知识、新技能、新方法的能力；工作中与他人的合作、交流与协商能力；语言、社交和沟通能力；良好的自主学习能力；具有良好的适应社会的能力；具有心理自我调控和自我管理能力。

3. 课程内容与教学要求

项目	子项目(子情境)	学习内容(具体工作任务)	基本要求	教学方法与手段	总课时	理论课时	实训课时
1. 商业价值创造	(1)电子商务	互联网时代的商业价值、电子商务价值分析	了解互联网时代的商业价值,掌握对电子商务价值分析的能力。	讲授法、案例教学	1	1	0
	(2)电子商务的价值分析						
2. 互联网商贸的发展战略	阿里巴巴的商业模式分析	互联网商贸的发展的重要性	了解互联网商贸的发展的重要性	讲授法、案例教学、引导互动式,边讲边练,边练边辅导	1	1	0
3. 新业务模式开发	(1)腾讯公司的业务开拓	新业务模式开发的必要性	新业务模式开发的必要性。	讲授法、案例教学、引导互动式,边讲边练,边练边辅导	2	1	1
	(2)企业多元化战略和腾讯公司战略						
4. B2B的价值创造	(1) B2B电子商务研究综述	思科、阿里巴巴、慧聪、中国化工网的商业模式的各自优点	对比思科、阿里巴巴、慧聪、中国化工网的商业模式,找到其商业模式各自优点。	讲授法、案例教学、引导互动式,边讲边练,边练边辅导	2	1	1
	(2)四家企业的B2B商业模式比较						
5. 医	(1)医药卫生	电子商务如何	了解电子商务如何	讲授法、案	2	1	1

药电子商务	行业电子商务	整合行业资源	整合行业资源和互联网娱乐平台的盈利模式。	例教学、引导互动式，边讲边练，边练边辅导			
	(2)美日两国医药行业电子商务经验						
	(3)中国电子商务发展与模式						
	(4)发展趋势						
6. 互联网娱乐平台的盈利模式	(1)行进中的位次礼仪	互联网娱乐平台的盈利模式	了解互联网娱乐平台的盈利模式。	讲授法、案例教学、引导互动式，边讲边练，边练边辅导	2	1	1
	(2)交通工具位次礼仪						
	(3)会客位次礼仪						
	(4)谈判位次礼仪						
	(5)签字仪式位次礼仪						
7. 电子杂志产业的形成	(1)电子杂志产业	电子杂志产业的形成	了解电子杂志产业的形成概念和功能，掌握其价值创造分析和商业模式分析。	讲授法、讨论法、读书指导法、任务驱动教学法。	1	1	0
	(2)电子杂志价值创造分析						
8. 在线地图信息服务	(1)在线地图服务	在线地图信息服务	了解在线地图信息服务概念和功能，掌握其价值创造分析	讲授法、讨论法、读书指导法、任	2	1	1
	(2)商业模式						

务的价 值链	分析		和商业模式分析。	务驱动教学 法。			
	(3) Ggoogle 地 图 和 Mapbar 分布						
9. 客户 关系的 管理应 用	(1)上海通用	客户关系管理 在电子商务中 的应用	了解客户关系管理 在电子商务中的应 用	讲授法、案 例教学、引 导互动式， 边讲边练， 边练边辅导	1	1	0
	(2)用友售后 服务支持信息 系统						
	(3)长丰汽车 网站升级						
10. 网 络营销 的策略 与实施	(1)宝洁贴近 用户的网络营 销方式	网络营销策略 与实施	熟悉网络营销策略 与实施。	讲授法、案 例教学、引 导互动式， 边讲边练， 边练边辅导	2	1	1
	(2)乐友儿童 用品电子商务 网站						
	(3)思科网络 营销						
	(4)华夏旅游 网						
11. 虚 拟社区 的价值 整合	(1)虚拟社区	虚拟社区的价 值	了解虚拟社区的价 值	讲授法、案 例教学、引 导互动式， 边讲边练， 边练边辅导	2	1	1
	(2)案例分析						
12. 从 WEB 到 3D 虚拟 世界	(1)虚拟世界	3D 世界经济价 值	了解 3D 世界经济价 值	讲授法、案 例教学、引 导互动式， 边讲边练，	1	1	0
	(2)虚拟世界						

	的经济			边练边辅导			
13. 电子政务	(1)政府信息化	电子政务发展的必要性	让学生了解电子政务发展的必要性	讲授法、案例教学、引导互动式，边讲边练，边练边辅导	1	1	0
	(2)城市信息亭需求分析、价值分析、现状分析						
	(3)城市信息亭运营						
14. 信息化与新农村建设	(1)农村电子商务意义	农村电子商务的意义	让学生了解农村电子商务的意义	讲授法、案例教学、引导互动式，边讲边练，边练边辅导	1	1	0
	(2)农村电子商务相关策略						
15. 政府服务流程的改进	(1)上海海关通关业务的实施			讲授法、案例教学、引导互动式，边讲边练，边练边辅导	2	1	1
	(2)新加坡国际贸易 EDI 系统						
	(3)EDI 应用案例						
总复习					2		

实践教学内容安排

序号	实训项目名称	实训目的	实训内容	实训方法	实训课时
----	--------	------	------	------	------

1	腾讯公司的企业战略发展轨迹	运用所学的理论知识，通过各种途径进行调查，论述腾讯公司的企业战略发展轨迹。	腾讯公司的企业战略发展轨迹	教学做一体化	1
2	B2B 电子商务	了解 B2B 电子商务商家业务处理过程，并分析其流程，了解网上企业信息平台的结构特点，掌握网上信息交互的运作环节。	B2B 电子商务商家业务处理过程，了解网上企业信息平台的结构特点，掌握网上信息交互的运作环节	教学做一体化	1
3	电子商务整合行业资源实例	运用所学的理论知识，学会分析医药电子商务网站的电子商务模式和发展趋势。	分析医药电子商务网站的电子商务模式和发展趋势。	教学做一体化	1
4	互联网娱乐平台实例研究	运用所学的理论知识，对互联网娱乐市场进行分析。	互联网娱乐市场进行分析	教学做一体化	1
5	分析 Foursquare 公司	运用所学的理论知识，研究 Foursquare 公司，做出其发展的商业模式分析和价值创造分	商业模式分析，价值创造分析	教学做一体化	1

		析。			
6	红孩子网站网络营销策略与实施	运用所学的理论知识，分析红孩子网站网络营销策略与实施。	分析红孩子网站网络营销策略与实施	教学做一体化	1
7	虚拟经济与社会交往	运用所学的理论知识，调查现代社会虚拟经济与社会交往的现状，独立分析虚拟世界带给电子商务的经济财富。	现代社会虚拟经济与社会交往的现状	教学做一体化	1
8	公共服务与新农村建设	运用所学的理论知识，调查公共服务与新农村建设的现状，独立分析电子商务对其影响。	调查公共服务与新农村建设的现状，独立分析电子商务对其影响。	教学做一体化	1
9	复习	对本学期实训环节进行总结，对问题进行改正和补充。	分组对本学期所有实训环节进行总结，讨论。组内有问题的同学提出，大家互相改正和补充。	教学做一体化	1
	小计				9

4. 教学模式、教学方法与手段

4.1 教学模式

采用“项目导向，任务驱动，案例教学，理论实践一体化”的教学模式开展教学。整个课程由多个实际工作任务驱动，教学中以学生为中心，教师为主导，充分调动师生双方的积极性，达成教学目标。

4.2 教学方法与手段

电子商务案例分析是一门应用性学科，电子商务案例教学有其特殊性，采用下述步骤进行：

学生个人阅读和分析准备。这一步骤是在课外完成。先由教师指定某一案例，并推荐相关的参考文献，围绕特定案例布置几个启发思考题，引导学生去“读”案例。思考题是用来指导学生如何去读，不是要学生读完后应回答什么问题。学生根据指定的案例和查阅有关的参考文献，认真阅读分析，并拟写阅读分析提纲。提纲的内容主要有：明确案例的主题；识别和确定待解决的问题；了解与决策有关背景；收集已有的信息和思考案例缺漏的信息以及相关的课程内容，初步解决思路及其支持依据。

分组预备讨论。在学生个人阅读分析的基础上，根据教师划分的或学生自由组合的小组进行为全班课堂讨论的准备工作。这一步骤教师一般不参加。小组预备讨论将完成两项工作，第一是在案例研究方面达成共识，像问题、原因、决策等；第二是任务分工。分工的任务有两种，一是进一步研究分析，像查阅资料和绘制图表；二是准备发言提纲并代表小组在课堂讨论会上发言（1—2人）。

课堂讨论。这个环节是案例教学的重要部分，是师生教和学所作努力的集中体现，也是学生主动参与、积极思考、相互合作以发挥他们分析问题能力的关键。

课堂讨论包括下列步骤：首先是“摆事实”，由学生简要回忆案例中的主要情节；然后是“找问题”，问题可能不止一个，这就要在各组讨论发言中罗列并分清主次；下一步就是“查原因”，查出问题产生的根源，于是便可对症下药，提出针对性的对策和解决措施，即列对策方案。每一小组所列对策必须是两个或两个以上，权衡比较后就可“做决策”了。

个人书面研究报告。大多数案例研究要求学生在前面所述的三步骤的基础上，综合自己和他人的分析，写出有个人特色的研究报告。所谓个人特色，就是突出本人分析的观点，补充或修正小组乃至全班讨论的结果等。另外，通过书面研究总结，培养学生综合、逻辑分析的书面表达能力。

4.3 考核形式及标准

本课程考核采用过程考核、平时成绩与期末试卷相结合的方式，其中过程考核成绩占总分的30%，平时成绩占总分的10%，期末论文成绩占总分的60%，课程总成绩为百分制，60分以上（包括60分）算合格。

考核阶段	考核内容	考核形式	成绩比例
平时考核	学习态度、课堂纪律	课堂出勤、课堂提问、课下作业	10%
过程考核	专业理论技能、专业理论知识解决实际问题的能力、职业规范、创新能力、团队合作精神等	小组项目策划考核等	30%
终结性考核	专业理论技能、专业理论知识解决实际问题的能力	论文	60%

日常考核评分标准

日常考核占 10 分，考核内容及标准如下：

序号	考评项目	考核内容及标准	考评方法	分值
1	组织纪律	缺勤一次扣 1 分，3 次迟到（或早退）按一次缺勤计算，其他违纪酌情扣分	教师及组长评定	2 分
2	人际交往	积极参与讨论，乐于帮助他人有效学习	教师及组内评定	2 分
3	团队协作	积极参与小组活动，主动承担工作任务，能够提出合理化建议	组长评定	2 分
4	竞争意识	主动回答问题，为小组争分	教师及组长评定	2 分
5	学习方法	积极参与网上讨论活动，主动开展自我学习	教师及组长评定	2 分
合计				10 分

形成性考核的内容方法及评分标准

每班将分若干个小组，每个小组选出一个组长，负责组织协调和总结工作。

形成性考核的内容如下：

序号	考评项目	考核内容	考核标准	分值
1	C2C 价值创造	<ol style="list-style-type: none"> 1. 阅读案例 2. 分组讨论 3. 代表发言 4. 总结案例 	以小组成绩作为组内个人的成绩。以人员表现为评分标准。小组打分表现最佳最多的前 2 名评为 6 分，其次为 5 分，最末 1 名为 4 分，如果出现错误酌情扣分。小组成绩即为个人成绩。	6 分

2	在线地图信息服务的价值链	<ol style="list-style-type: none"> 1. 阅读案例 2. 分组讨论 3. 代表发言 4. 总结案例 	<p>以小组成绩作为组内个人的成绩。以人员表现为评分标准。小组打分表现最佳最多的前2名评为6分，其次为5分，最末1名为4分，如果出现错误酌情扣分。小组成绩即为个人成绩。</p>	6分
3	网络营销的策略与实施	<ol style="list-style-type: none"> 1. 阅读案例 2. 分组讨论 3. 代表发言 4. 总结案例 	<p>以小组成绩作为组内个人的成绩。以人员表现为评分标准。小组打分表现最佳最多的前2名评为6分，其次为5分，最末1名为4分，如果出现错误酌情扣分。小组成绩即为个人成绩。</p>	6分
4	虚拟社区的价值整合	<ol style="list-style-type: none"> 1. 阅读案例 2. 分组讨论 3. 代表发言 4. 总结案例 	<p>以小组成绩作为组内个人的成绩。以人员表现为评分标准。小组打分表现最佳最多的前2名评为6分，其次为5分，最末1名为4分，如果出现错误酌情扣分。小组成绩即为个人成绩。</p>	6分
5	电子商务与电子政务对接	<ol style="list-style-type: none"> 1. 阅读案例 2. 分组讨论 3. 代表发言 4. 总结案例 	<p>以小组成绩作为组内个人的成绩。以人员表现为评分标准。小组打分表现最佳最多的前2名评为6分，其次为5分，</p>	6分

			最末 1 名为 4 分,如果出现错误酌情扣分。小组成绩即为个人成绩。	
合计				30 分

(3) 期末论文

一篇电子商务案例分析论文,题目自拟,内容是选择一个有代表性和针对性的案例,按照课上所讲的电子商务案例分析模型(即先对案例基本情况汇总,然后按照商业模式、技术模式、经营模式、管理模式、资本模式进行分析,最后对案例分析、总结,写出结论与建议),要求学生写的论文内容不能与电子商务案例分析课上所用教材里的案例重复,所需资料来源于网络信息资源,但也应有自己的观点,观点要求正确、鲜明,自己搜集资料组织成文,格式无特殊要求,无固定标准,自己编辑处理,但应思路清晰,逻辑性强,层次分明,结构合理,论点正确,论证严谨,论据充分,分析全面,语句通顺,格式规范,独立完成,字数要求 3 千—5 千字左右,参考文献按论文正文中出现的顺序排序列出(3-5 篇)。第 18 周内上交打印稿。

评分标准:

1) 抄袭者(与书上案例和其他同学案例雷同)无分,晚交一周减 5 分,晚交二周减 10 分,超过二周论文零分。

2) 论文格式成绩占 20 分,论文内容成绩占 80 分,按照论文格式要求根据具体质量按百分制给出成绩。

5. 课程实施条件

5.1 师资队伍

(1) 为了使从事电子商务教学的教师能够适应教学要求，总体上要求 50% 的教师具有研究生学历，其所在专业为企业管理、市场营销等相关专业。

(2) 学校的相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方面提供更多的机会，保证他们有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。

5.2 教学设备和实习实训条件

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市场营销模拟演练平台，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。

5.3 课程资源的开放与利用

积极开发和合理利用课程资源是《电子商务案例分析》课程实施的重要组成部分。在教学中，除了合理有效地使用教科书以外，还应该积极利用其他课程资源，特别是多媒体光盘资料、各种形式的网络资源、报刊杂志等。

为了提供丰富的课程资源，开拓教和学的渠道，更新教和学的方式，增强汽车市场营销学教学的开放性和灵活性，要充分利用图书馆、电子阅览室、音像设备等基本的和常规的教学设施。应尽可能为学生的自主学习创造条件。在开发市场营销学课程资源时，要充分利用信息技术和互联网络，满足学生通过现代信息技术随时、随地共享资源。

5.4 教材的选用与编写

5.4.1 教材的选用与编写

(1) 教材编写要体现项目课程的特色与设计思想，教材内容应

- (2) 体现先进性、实用性，典型案例的选取要科学，具有可操作性。
- (3) 教材呈现方式要图文并茂，文字表述要规范、正确、科学。；
- (4) 高职高专专用教材，主要以提高学生的实际动手能力为主；

5.3.2 建议选用教材

北京大学出版社的“十一五”国家级规划教材《电子商务案例分析》，作者蔡剑。

5.3.3 其它教学资源的开发与利用

参考教材：

- (1) 《电子商务案例分析》，雷玲，大连理工大学出版社。
- (2) 《电子商务案例分析》，曹彩杰，北京大学出版社。
- (3) 《电子商务案例分析与比较》，张仙锋，西安交通大学出版社。
- (4) 《电子商务案例分析》，吴吉义，人民邮电出版社。

6. 其他说明

- (1) 理论考核与实践能力相结合。
- (2) 注意处理教学与评价的关系，体现学生在评价中的主体地位。

