电子商务专业

专业核心课程标准汇编



漳州城市职业学院经济管理系编

二〇一七年八月

目　　录

电子商务专业基于工作过程系统化的课程体系构建.....1
《电商运营与推广》 课程标准.....7
《电子商务实务》 课程标准.....14
《电子商务物流》课程标准.....20
《电子商务客服》 课程标准.....27
《网页设计》 课程标准.....33

电子商务专业基于工作过程系统化的课程体系构建

经济管理系《电子商务》专业是我院重点建设专业之一，专业设置定位于适应“一带一路核心区”的发展需要，以面向地区经济中小企业需求为目标，培养面向电子商务企业需求的工作岗位，具有良好的职业道德和创新精神，德、智、体、美全面发展的，熟悉运营、客服，美工岗位工作，能够基于电子商务自主创业，有较强的运营与推广，客服管理，UI 设计能力，能够较好地从事电子商务相关工作，具有创新意识和创业精神的高素质技术技能型专门人才。

本专业毕业生主要面向岗位群：电子商务运营与推广、客服管理、UI 设计。

岗位群对应的专业能力、素质、知识结构：



一、课程体系总体设计思路

电子商务专业在根据区域性经济发展以及职业岗位需求的变化情况调研基础上，确定毕业生就业岗位群，明确岗位工作任务、职业能力和素质要求，在产学结合的基础上，以项目任务和工作流程为引领、以岗位需求和职业技能要求为依据，以学生为中心、以工作任务驱动为导向，以典型的真实任务为主要教学内容，构建基于工作过程的、岗位职责及要求设计专业课程体系，紧密联系企业需求，深度掌握企业岗位设置及要求，体现专业与产业对接。课程体系由通识教育模块 + 专业基础模块 + 职业技术模块 +综合实践模块构成，课程体系支撑的是对学生职业综合素质的培养。

根据专业人才培养目标及规格，由专业建设指导委员会组织校企双方专家对当前电子商务的岗位工作进行深入剖析，根据网站运营专员，客服管理员，UI 设计三个岗位职业素质、职业能力和专业知识要求，以及工作领域中的多个工作任务相对应的学习领域，结合学生可持续发展能力的培养，兼顾实践动手能力培养系统和基础理论培养系统，构建了以网站运营操作能力、客服管理能

力、UI 设计操作能力、创新创业能力为核心的模块化、能力递进式的课程体系。



二、课程体系定位目标与建构思路

（一）课程体系定位目标：为更好贯彻高职教育的办学方针，落实培养技术技能型人才目标，经深入的行业调研和工作分析，确立以运营与推广专员，客服主管，UI 设计为本专业的基准培养岗位，将专业课程教学内容界定在毕业生从职后 3-5 年，职业能力训练标准以电子商务相关岗位部门经理职业能力为目标，设定能力培养目标。职业素质的培养以职业就业创业的专业要求作为学生的基本培养标准，培养合格职业电商人才。

1. **知识的适用、够用为原则：**专业知识点以学生毕业后3-5年，作为部门经理所需的知识储备为界限。

2. **能力的训练目标原则：**以电子商务相关岗位部门经理职业能力为目标，设定能力培养目标。

3. **职业素质的训练标准：**以职业就业创业的专业要求作为学生的基本培养标准。

（二）课程体系建构思路

课程体系设计以“四破三立”的建构思路建设本专业的课程体系，其意涵是：

1.四破：

——突破单一课程界限，重组课程模块，建立以职业岗位为标准的课程；

——突破学习时间界限，把教与学的过程安排到课堂之外，引导自主学习；

——突破教学场所界限，教室、实训室、企业办公室均是学习地点；

——突破教师身份界限，专职、兼职、企业行家共同打造优良的师资团队。

2.三立：

——对接职业岗位，建立课程教学体系；

——对接职业技能，建立实践训练体系；

——对接职业资格，建立课程学习模块。

三、课程体系基本架构

电子商务专业时刻关注行业发展动态，紧密联系企业需求，深度掌握企业岗位设置及要求，基于岗位职责及要求设计专业课程体系，体现专业与行业对接，建构了“三层级四模块”的课程体系，除统一的通识教育课外，专业课程由：职业基础课 + 职业技术课 + 职业岗位模拟课以及专业实训构成，课程体系支撑的是对学生职业综合素质的培养。

层级一：职业基础课程模块。包括：经济数学、电子商务英语、商务法律法规、企业经营管理实务、电子商务实务、财务基础、市场调查与统计分析、物流基础、国际贸易等课程组成。本阶段学习主要以课堂教学和案例教学为主，由我系专职教师负责大部分课程教学，主要培养学生的经济思维、管理思想、法律法规意识与计算逻辑等。

专业基础课程表

序号	课程名称	学期	课时数	课程教学方向	教学地点
1	经济数学	1	45	逻辑计算能力	多媒体教室
2	电子商务英语	1	45	英语听说能力	多媒体教室
3	商务法律法规	2	51	法律思维与素养	多媒体教室
4	企业经营管理实务	1	45	管理与营销思维	多媒体教室
5	电子商务实务	1	45	电商运营与操作能力	实训室
6	财务基础	2	51	成本核算能力	多媒体教室
7	市场调查与统计分析	2	51	基础分析能力	多媒体教室
8	物流基础	2	51	物流基础操作能力	多媒体教室
9	国际贸易	2	51	国际贸易思维	多媒体教室

层级二：职业技术课程模块。包括三个岗位方向的课程与物流模块课程：运营与推广模块、客服模块、UI 设计模块和物流模块。

1.运营与推广模块：包括课程有《网络营销》,《电商运营与推广》、《跨境电商》、《运营管理专项实训》、《电子商务创业辅导》。这一课程模块对接运营与推广岗位资格，以运营与推广岗位工作内容设计课程学习内容。本阶段课程由专职教师和企业行家共同开展教学，教学场所在教室与实训室交替进行，主要培养学生从事运营与推广的基础能力和单项工作技能。

运营与推广模块课程表

序号	课程名称	学期	课时数	课程教学方向	教学地点
1	网络营销	3	51	运营与营销能力	实训室
2	电商运营与推广	4	60	核心职业能力(运营方向）	实训室
3	跨境电商	4	30	跨境营销	实训室
4	电子商务创业辅导	5	48	就业创业思维	实训室

2.客服课程模块。包括《商务沟通》、《电子商务客服》、《客服管理专项实训》等课程。本阶段教学由校内教师与企业行家共同执行课程任务，以客服经理职业岗位专项任务来设计学习内容。主要以课堂和实训室为主。主要培养学生的专项职业能力，形成客服管理的专项能力。

客服模块课程表

序号	课程名称	学期	课时数	课程教学方向	教学地点
1	商务沟通	3	51	沟通服务能力	实训室
2	电子商务客服	4	60	核心职业能力(客服方向）	实训室
3	客服管理专项实训	5	64	专项职业能力(客服方向）	实训室

3.UI 设计课程模块。包括《网页设计》、《电商摄影与美工》、《网络编辑与文案设计》、《UI 设计专项实训》等课程。本阶段教学由校内教师与企业行家共同执行课程任务，以 UI 设计职业岗位专项任务来设计学习内容。主要以实训室作为主要学习场所，课堂和实训室同时进行。主要培养学生的专项职业能力，形成 UI 设计的专项能力。

UI 模块课程表

序号	课程名称	学期	课时数	课程教学方向	教学地点
1	电商摄影与美工	3	51	摄影技术与图片处理	实训室
2	网页设计	3	68	核心职业能力（UI 设计方向）	实训室
3	网络编辑与文案设计	4	45	网络编辑与文案设计能力	实训室

4.物流课程模块。包括《电子商务物流》、《仓储与配送》、《电商物流实训》、

《企业经营沙盘模拟》等课程。本阶段教学由校内教师与企业行家共同执行课程任务，以物流管理职业岗位专项任务来设计学习内容。主要以实训室作为主要学习场所，课堂和实训室同时进行。主要培养学生的专项职业能力，形成物流管理的专项能力。

物流模块课程表

序号	课程名称	学期	课时数	课程教学方向	教学地点
1	仓储与配送	3	51	物流管理与调配	实训室
2	电子商务物流	3	68	核心职业能力(物流模块)	实训室
3	企业经营沙盘模拟	4	30	专项职业能力(物流模块)	实训室
4	电商物流实训	5	64	专项职业能力(物流模块)	实训室

层级三：职业岗位模拟课程模块。

此模块设置了《运营管理专项实训》、《客服管理专项实训》和《UI 专项实训》三门课程。本阶段课程是基于职业岗位工作过程原理设计，围绕本专业三大岗位开展岗前工作业务模拟实训，以企业行家为主开展教学，课程学习模式则以任务引领，教师指导，自主学习方法完成课程任务。通过课程专案学习，企业见习参观，企业专家指导等形式开展教学工作。帮助学生在离校前实质性模拟今后的工作方案，以期实现学生到职业人的无缝对接。

职业岗位模拟模块课程表

序号	课程名称	学期	课时数	课程教学方向	教学地点
1	运营管理专项实训	5	64	专项职业能力(运营管理方向)	实训室、企业
2	客服管理专项实训	5	64	专项职业能力(客服管理方向)	实训室、企业
3	UI 专项实训	5	64	专项职业能力（UI 设计方向 ）	实训室、企业
4	认知实训	一周	30	认知专业、岗位、职业资格证书	教室、实训室、企业
5	跟岗实训	3 周	90	专业实训	教室、实

					训室、企业
6	顶岗实习	16 周		岗位实训	企业

四、课程评价模式改革

（一）职业技术课程模块。单项基础技能训练和专项能力训练以实操结果为主要评价模式，结合课程考核和专业能力测试综合评定成绩。

（二）专业能力课程模块，以专项业务模块的工作成果评价学习成效，逐步推进分层教学，以“基础能力、能力提升和教师助手”三个阶段评价，实现能力差异化评定模式。

（三）专项技能课程实施多维考核多元评价方式改革方案。针对四大岗职方向设定的专项技能课程主要采取多维度的考核方式，即改变以往单一评价为多维度评价，从职业素质、基本技能和综合技能等多维度考核学生；采取多元评价方式即学生对自己专项技能课程的学训感受和收获作自我评价，在校教师主要考核学生的组织纪律性和任务完成情况,根据学生的综合表现情况进行评分，校外导师考核重点为学生的实践操作能力和职业培养，包括职业素养、工作态度、团队合作能力、专业技能等各方面，以企业理念标准对学生进行综合评分，根据评价表，结合校企双方的意见，给出学生实习总成绩。

附件：核心课程标准

漳州城市职业学院经济管理系电子商务教研室

2017 年 8 月 20 日

漳州城市职业学院《电商运营与推广》 课程标准

适用专业：电子商务　　课程类型：职业技术课
学　　时： 60 学时　　学　　分：3 学分

一、课程性质和任务

《电商运营与推广》是高等职业院校电子商务专业的一门专业核心课程，同时是电子商务专业的一门面向职业岗位（群）的综合性实训课程。通过本课程的讲解、演练与实践，促进学生更好地掌握电商运营与推广的基本理论，为后续的专项实训奠定基础，也使学生具备电商平台的实际运用和操作能力，初步具备电子商务运营管理专员的基本能力和素养。该课程以电商平台的运营与推广工作流程为主线，系统地训练了网络市场调研、商家规划、不同交易平台的运营与推广、微店运营、移动运营与推广等内容。

该课程的先修课程有《网络营销》、《电子商务实务》、《电商摄影与美工》、《网页设计》等，后续课程有《运营管理专项实训》、《毕业（顶岗）实习》等。

二、学习领域课程描述

本课程通过模块化教学，以项目为载体，拟设计 2 个模块 8 个项目以概括性地介绍电子商务运营与推广的基本知识和技能。根据电子商务专业的需要，以拓宽学生知识范围，启发学生独立性、创新性思考，培养学生电子商务运营与推广实操能力为目标，将电子商务运营与推广基本理论介绍、基本运营与推广分析、各种电商平台演练有机结合，将企业实战引入课程技能培训中，其中 2 大模块主要包括 B2B/C2C/B2C 交易平台的运营与推广和移动电商的运营与推广，具体项目内容包括 B2B 平台企业信息发布与信息优化、B2B 平台的营销推广、C2C 平台店铺设置与产品运营、淘宝店铺的推广与数据分析、B2C 平台系统的操作、B2C 平台内部推广资源的利用与信息的优化、移动电商 app 运营的工作内容与推广手段和微信运营与推广。通过这一系列的学习，为学生后续的岗位实训内容奠定基础，体现了以学生为主体，强调学生对知识的主动探索、主动建构，以达到培养学生电子商务运营与推广实际工作的基本技能和初步能力。

三、课程目标

（一）在理论知识方面

1.掌握运营的基本含义，熟悉三大运营内容（内容运营、用户运营和活动运营），了解电商运营组织架构等。

2.了解网络商务信息的概念、特点及传递方式熟悉市场调研必备方法、指

标、手段。

3.熟悉常见的 B2B 电商平台及其各自的特点，了解第三方 B2B 平台发布企业和产品信息和掌握常见询盘的分析与接洽内容。

4.熟悉常见的 C2C 电商平台及其各自的特点，掌握店铺与信息优化技巧。

5.熟悉常见的 B2C 电商平台及其各自的特点，熟悉 B2C 电商平台的后台操作及基本运营内容。

6.了解移动电商运营基本模式；了解微信运营误区，掌握微信公众号运营与推广的方式及技巧。

（二）在职业技能方面

1.能够完成电商运营岗位与市场发展的市场调研工作。

2.能使用搜索引擎进行网络商务信息的检索、收集与发布等，能够完成网络调研问卷设计。

3.能主动寻找客户信息，完成 B2B 平台内部资源的推广。

4.能完成淘宝网基础运营与推广工作，如产品属性和产品详细说明，会拟定附加说明条款。

5.能进行 B2C 平台的后台基础操作，了解平台促销活动，能选择产品参加平台活动。

6.能完成微信公众号基础运营与推广工作。

（三）在职业素质方面

1.培养学生团结合作精神。

2.热爱科学、实事求是的学风和创新精神与创新能力。

3.良好的职业态度和职业道德修养。

四、课程内容和要求

序号	岗位工作任务项目	以工作任务为核心的课程内容	教学实施要求	实训设计	参考学时		考核方案
					理论	实践	
一	B2B 平台企业信息发布与信息优化	1.B2B 平台主要运营模式 2.B2B 平台企业信息的发布与询盘处理	1.熟悉常见的 B2B 电商平台及其各自的特点 2.了解第三方 B2B 平台发布企业和	1.进入阿里巴巴平台，了解一件代发运营模式，选择一家你认为值得信赖的企	4	4	考核 1：实训报告

		3.免费 B2B 平台信息发布及信息的优化	产品信息 3.熟悉常见询盘的分析与接洽 4.掌握店铺与信息优化技巧	业，说明理由，形成分析报告 2.浏览不同的 B2B 网站，对比分析其平台特点、会员类别、相应的会员费及增值服务等，利用 Alexa 或站长工具产看各网站的排名 3.在阿里巴巴上找到一家当地诚通企业，查看其发布信息的标题和详细内容，做出分析报告			
二	B2B 平台的营销推广	1.营销推广渠道 2.营销推广工具的使用	1.熟悉微博、论坛与内部渠道的推广 2.了解 B2B 平台内部资源推广的工具与运用	根据制定的主题进行不同营销渠道的推广，并了解相应的店铺推广工具与使用方法，形成分析报告	2	2	考核 1：实训报告
三	C2C 平台店铺设置与产品运	1.C2C 平台运营模式	1.熟悉常见的 C2C 电商	1.根据给定的条件完成	4	4	考核 1：店铺的基础

	营	2.开店流程介绍 3.产品详情页的设计 4.产品的关键词设计技巧	平台及其各自的特点 2.熟悉淘宝开店流程 3.掌握淘宝店铺日常运营中的产品发布与相关设计技巧	产品的标题与产品图片处理 2.在淘宝平台上找几家店铺进行分析比较，包括店铺装修、产品详情页和店铺活动等			设置 考核2：图片处理
四	淘宝店铺的推广与数据分析	1.免费推广店铺 2.店内推广与促销 3.网店数据分析	1.熟悉免费店铺推广的渠道与方法 2.掌握店内基本推广与促销策略 3.熟悉网店经营现状、商品、客户行为的分析方法 4.了解数据分析工具	1.根据给定的信息完成产品推广分析报告 2.根据店铺的基本情况，完成店铺数据分析报告	4	4	考核1：实训报告
五	B2C平台系统的操作	1.B2C平台主要运营模式 2.B2C前台系统操作 3.B2C后台系统操作	1.熟悉常见的B2C电商平台及其各自的特点 2.熟悉前台系统：商品展示，内容展示，订单确认，支付系统，用户	1.登录天猫、京东、唯品会、苏宁易购、当当网等平台，对比分析其异同点和相应的运营模式 2.完成系统操作	4	4	考核1：分析报告

			中心四大模块 3.熟悉后台系统：商品&促销，CRM，订单处理，WMS，采购管理，财务管理，报表管理，系统设置，WA 系统 9 大模块				
六	B2C 平台的营销与推广	1.B2C 平台店内基本推广与促销 2.B2C 平台站外推广	1.熟悉 B2C 平台内部资源的推广与促销策略 2.熟悉微博/微信推广 3.运用站外平台宣传店铺	借助微博/微信完成 B2C 网站的营销推广，形成分析报告	2	2	
七	移动电商 app 运营的工作内容与推广手段	1.移动 app 运营的工作内容 2.移动 app 推广手段	1.熟悉移动 APP 运营的工作内容：渠道管理、市场监控、活动营销、产品分析 2.了解移动 app 运营的核心及注意事项	1.通过案例完成移动互联网商业模式分析 2.根据移动 app 运营案例完成分析报告	4	4	考核 1: 分析报告

			3.了解推广的核心思维，熟悉应用平台、社会化媒体推广和免费推广方式				
八	微信运营与推广	1.微信营销技巧 2.公众号推广	1.了解微信运营误区 2.熟悉微信运营的方式及技巧，包括将粉丝进行分类，策划粉丝互动模式和群互动模式、建设回复规则等	1.完成微信公众号的申请，为公众号取名，并完成基本的管理：信息管理、自动回复、群发功能等 2.通过公众号完成主题营销与推广	2	6	考核 1:公众号主题营销与推广
	期末总复习				2	2	

五、教学建议与说明

（一）教学建议

1.课程组织形式

该课程是一门实操性较强的职业技术课,围绕项目的教学内容是根据电子商务运营与推广的具体实施过程进行组织;课程内容的知识点和能力点围绕完成工作项目的职业岗位的职业能力。在课程教学组织形式上,理论教学的形式为:教师面授+专题讲座+小组研讨+案例分析;实训教学的形式为:企业参观+上网实操。

2.教学方法

教学方法采用以问题导入、学生主体、教师导学、任务驱动的教学法,理论和实训教学过程均体现小组研讨以及课堂提问、互动等启发式、案例式教学法。

（1)本课程教学的关键是知识扩展和业务实操。教学不以学生掌握 “应知”内容为目标,而以在应知基础上达到“应会”为目标。在教学过程中,应立足于加强学生实际应用能力和职业素质的培养,通过项目教学、以工作任务引领提高

学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

（2）本课程教学的组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。教学中应选用客户开发和管理业务的具体方法和实例为载体，教师的讲授、示范与学生操作互动，学生提问与教师解答、指导有机结合，融“教、学、做”为一体，使学生在“学中做”或“边学边做”，以此培养并提高业务技能。

（3）教学中教师将客户开发、管理理念及实际工作中灵活运用的感悟渗透于训练全过程。在积极引导学生提升职业素养的同时，提高自身的职业道德，使之达到有机统一。

（二）教学资源的编写

1．教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

2．本课程教材与高职相关或相近课程教材的区别在于，将电子商务运营与推广的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

3．教材中的内容以真实电商运营与推广业务的形式导出，以激发学习兴趣，明确学习方向，便于教学中的启发、引导。

4．在课程建设过程中，该课程在校企结合的基础上，按照工作项目和工作过程的要求，已完成课程整体设计的编写。

（三）教学评价

本课程对学生的考核评价采用多样化的考核方式，实行过程考核和结果考核相结合。过程考核遵循教育教学的基本规律，按照人才培养方案的要求，把学生作为教学过程中的主体，使学生变被动式的应试性学习为主动式的探索型和创新性学习。结果考核整合各个项目内容，重点考核学生的理论知识。

1. 过程考核，包括基本素质和岗位技能考核，主要体现在平时的课堂表现与任务操作中，占总评价成绩的 70%。其中平时课堂表现（出勤、课堂表现等）为 20%，岗位技能实训为 50%。

2.结果考核，主要包括理论知识考核，即对所学的课程知识进行全面的测试，占总评成绩的 30%。

漳州城市职业学院《电子商务实务》 课程标准

适用专业：电子商务　　课程类型：专业基础课
学　　时：45 学时　　学　　分：3 学分

一、课程性质和任务

《电子商务实务》是高等职业院校电子商务专业的一门专业核心课程，也是电子商务入门课程，同时也为本专业后续课程做理论铺垫。通过该课程的学习，使学生掌握电子商务的基础理论、专门知识、电子商务系统分析与设计方法以及电子商务运作管理能力，并具有从事电子商务实际工作的基本技能和初步能力。通过本课程的学习，学生能够快速了解电子商务发展现状，能够进行一些电商交易的简易操作，并进行电商市场的归类和分析。

该课程是电子商务专业基础课，设置在第一学期进行教学，为后续的《运营管理专项实训》、《客服专项实训》、《电商物流实训》和《UI 专项实训》等课程奠定基础。

二、学习领域课程描述

本课程通过模块化教学，以项目为载体，拟设计 6 个模块以概括性地介绍电子商务的基本知识和技能。根据电子商务入门需要，以拓宽学生知识范围，启发学生独立性、创新性思考，培养学生电子商务实操能力为目标，将电子商务基本理论介绍、基本运营模式与推广分析、基本支付模式解析、各种电商平台演练有机结合，将企业实战引入课程技能培训中，其中 6 大模块主要包括掌握电子商务概述、电子商务模式、电子商务交易及支付、网络营销、电子商务物流、移动电子商务。通过这一系列的学习，为学生后续学习本专业的其他相关内容奠定基础，体现了以学生为主体，强调学生对知识的主动探索、主动建构，以达到培养学生电子商务实际工作的基本技能和初步能力。

三、课程目标

（一）在理论知识方面

1.熟悉电子商务的各种基本概念，了解电子商务的基本框架。

2.熟悉 Internet 商务的基本框架，掌握 B2C、B2B、C2C 和 O2O 电子商务的交易方法与特点。

3.掌握电子货币基本类型、网络银行的基本业务、网上支付的模式。了解电子商务安全和法律的相关内容

4.掌握网络市场调研的方法和网络营销的方法与应用。

5.掌握电子商务与物流基本知识。

6.掌握移动电商的基本知识，了解移动电子商务的构成与物联网的应用。

7.了解电子商务在相关行业的应用。

（二）在职业技能方面

1.基本掌握电子商务所需要的计算机网络技术和电子数据交换技术。

2.基本学会电子商务常规业务的操作方法。

3.基本掌握网络营销、电子支付、物流配送的方法。

4.基本掌握常见的信息安全技术。

5.初步具备管理电子商务工作的能力。

6.初步具备电子商务在相关行业应用的能力。

（三）在职业素质方面

1.初步具备辩证思维能力。

2.具有热爱科学、实事求是的学风和创新精神与创新能力。

3.具有良好的职业态度和职业道德修养

四、课程内容和要求

序号	岗位工作任务项目	以工作任务为核心的课程内容	教学实施要求	实训设计	参考学时		考核方案
					理论	实践	
1	电子商务认知	1.电子商务的基本概念 2.传统商务和电子商务 3.电子商务的发展现状	1.掌握电子商务的定义和分类 2.熟悉电子商务与传统电子商务的区别 3.了解电子商务的发展现状	通过百度资料搜索和电商网站分析，了解电子商务在各行各业中的应用及特点，并与传统商务进行对比，说明电子商务的优势	2	1	实训报告
2	电子商务交易模式	1.B2B 电子商务交易模式	1.了解电子商务经营模式 2.掌握主要电	1.通过在 B2B、B2C、C2C 平台	3	9	实训报告

		2.C2C 电子商务电子商务交易模式 3.B2C 电子商务交易模式 4.O2O 电子商务交易模式 5.网络商务信息的搜集与整理	子商务模式的定义和市场运作原理 3.熟悉各种电子商务模式具体分类、应用领域与交易盈利模式	上购买相同产品（付款环节不用操作），比较不同电子商务模式的异同 2.完成在线调查问卷设计，并进行问题总结，完成实训报告			
3	电子商务网上支付与安全	1.电子货币 2.网上银行 3.网上支付	1.熟悉网上银行业务和第三方支付平台基本知识 2.了解网络安全防范策略和防火墙的应用、常用数据加密方法和数字证书等。 3.熟练掌握第三方支付平台操作，网上银行业务基本流程及其安全操作	1.通过访问国内认证机构网站，了解其功能、作用与提供的业务，并登录指定的电子商务认证中心网站，为自己申请一个数字证书 2.网上银行的开户、存款、转账、账务查询	1	3	操作结果和实训报告
4	网络营销	1.网络营销概述	1.了解网络营销的概念，了	1.选择一家实体商店	3	5	实训报告

		2.网络营销策略 3.网络广告 4.网络营销方式 5.网络调查与分析	解分销策略 2.了解网络市场调查与分析 3.掌握网络营销的产品策略与网络促销策略，网络广告 4.熟悉常用的营销方法：搜索引擎营销、博客营销、病毒式营销、微信营销、微博营销和视觉营销	和一家网上同行业的商店，比较传统营销与网络营销两种方式各自的优缺点 2.网络营销方案设计			
5	电子商务物流	1.物流与电子商务物流 2.电子商务 3.物流配送 4.物流信息	1.熟悉物流与电子商务物流的基本概念、特点及模式 2.掌握电子商务与物流配送的关系，了解物流配送中心的类型 3.了解物流信息的概念、分类物流作业信息的收集	1.通过小组模拟项目，了解物流在电子商务中的角色及作用 2.了解所调研配送中心的工作环境及工作岗位，感知企业文化、管理制度、对岗位人才的需求标准，形成调研报	2	4	调研报告

				告			
6	移动电子商务	1.移动电子商务的概述 2.移动电子商务的发展应用范围 3.移动电子商务的发展趋势	1.掌握移动电子商务的基本概念和特点 2.熟悉移动电子商务的应用发展范围 3.了解移动电子商务的发展现状与趋势。	1.移动端完成购物流程 2.通过对目前现有移动电子商务应用案例的分析，了解目前移动电子商务的发展现状，并在此基础上应用移动电子商务	2	4	案例分析

五、教学建议与说明

（一）教学建议

1.课程组织形式

该课程是一门实操性较强的专业基础课,围绕项目的教学内容是根据电子商务基础模块进行组织;课程内容的知识点和能力点围绕电子商务专业的职业岗位与职业能力。在课程教学组织形式上，理论教学的形式为：教师面授＋专题讲座＋小组研讨＋案例分析；实训教学的形式为：企业参观＋上网实操。

2.教学方法

教学方法采用以问题导入、学生主体、教师导学、任务驱动的教学法，理论和实训教学过程均体现小组研讨以及课堂提问、互动等启发式、对抗游戏，案例式教学法。

（二）教学资源的编写

在课程建设过程中，该课程在校企结合的基础上，按照工作项目和工作过程的要求，已完成课程整体设计的编写。

（三）教学评价

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：

职业素养考核：包括平时的出勤率、完成作业任务的情况、课堂参与与表现

等，占总评成绩的 10%。这部分内容重点考核学生的学习过程，包括其学习态度、努力的程度以及表现出来的效果。

知识考核：包括电子商务六大模块的基本理论与能力，占总评价成绩的 70%。

技能考核 ,采用技能模块测试的方式进行 ,以学生的实训操作表现进行考核，主要考核学生在平时的工作任务训练过程中的实际动手能力。考核的成绩占总评价成绩的 20%。

适用专业：电子商务　　课程类型：职业技术课
学　　时：68 学时　　学　　分：3 学分

一、课程性质和任务

（一）课程的性质

物流一直是电子商务发展的瓶颈问题，《电子商务物流》是电子商务专业的一门职业技术能力课。通过本课程的教学，要求学生熟练地、系统地掌握现代物流管理基础知识、基本理论，掌握现代物流管理相关方法和技能，并能理论联系实际，培养学生的分析问题、判断问题和解决问题的能力。以物流管理、客户服务等职业岗位业务处理能力培养为重点，培养学生在电子商务物流方面的实际应用能力，养成基本的物流职业素养，为将来从事电子商务物流工作奠定坚实的基础。

（二）设计思路

根据课程设计理念，我们确立《电子商务物流》课程的设计思路：以电子商务企业的物流管理相关工作岗位的任职要求和职业能力为导向，以物流企业的电子商务管理相关工作岗位的任职要求和职业能力为拓展，彻底打破原有的理论教学体系，建立工学结合教学体系，突出课程的应用性、实践性和操作性。培育学生具备电子商务企业物流管理 6R 职业素养，电子商务企业物流管理 6R（Right Product，Right Time，Right Quantity，Right Quality，Right Status，Right Place）要求是指正确的产品能够在正确的时间、按照正确的数量、正确的质量和正确的状态送到正确的地点，并实现总成本最小。一流的员工来自一流的职业素养，我们重点培育学生具备物流管理 6R 服务规范的职业素养，处处以成本为核心做好物流管理，爱岗敬业，为企业创造利润，为自己赢得机会。

该课程的先修课程有《客服管理》、《物流基础》、《网络营销》、《电子商务实务》、《电商摄影与美工》、《网页设计》等，后续课程有《电商物流管理实训》、《毕业（顶岗）实习》等课程。

二、学习领域课程描述

本课程通过模块化教学，以项目为载体，拟设计 7 个模块以概括性地介绍电子商务物流的基本知识和技能。根据电子商务专业的需要，以拓宽学生知识范围，启发学生独立性、创新性思考，培养学生电子商务物流管理实践能力为目标，将电子商务物流管理分为物流系统及其基本功能，电子商务物流市场及物流模式，电子商务采购与库存管理，电子商务物流配送与配送中心，电子商务物流技术，电子商务物流服务物流成本管理这六个主要的模块。通过这一系列的学习，为学生后续的岗位实训内容奠定基础，体现了以学生为主体，强调学生对知识的主动

探索、主动建构 ,以达到培养学生跨境电子商务实际工作的基本技能和初步能力。

三、课程目标

（一）在理论知识方面

1.掌握电子商务与现代物流知识；

2.掌握主要电子商务物流技术；

3.掌握电子商务下的供应链管理知识；

4.掌握企业采购与供应物流管理知识；

5.掌握电子商务下生产物流计划与控制知识；

6.掌握现代销售与逆向物流管理知识；

7.掌握仓储管理与库存控制、保管原则等知识；了解搬运装卸与运输、包装合理化知识；

8.掌握电子商务配送与配送中心知识；了解现代物流运作模式知识；了解物流服务管理流程，理解物流服务管理原则。

（二）在职业技能方面

1.能够识别包装标志，能够选用合适的材料包装快递商品；

2.能够完成网上发货操作和退换货操作；

3.熟悉物流的基本流程；

4.能够给客户提供良好的物流方面的客户服务；

5.能够对快递公司进行比较选择；

6.熟悉供应链管理和相关信息技术。

（三）在职业素质方面

1.培养勇于创新、吃苦耐劳的精神；

2.具有团队合作能力，形成客户至上的服务理念；

3.养成善于观察思考、精研业务、认真工作的习惯，具有环保、节能和安全意识。

四、课程内容和要求

序号	岗位工作任务项目	以工作任务为核心的课程内容	教学实施要求	实训设计	参考学时		考核方案
					理论	实践	
一	物流系统及其基本功能	1.了解包装器材的种类及正确选择方法 ,熟悉包	1.了解和掌握包装的合理化管理，掌握包装要素的	1.分析包装合理化 2.分析装卸搬运合理	6	3	创设任务情境；介绍相关知识

		装的标识 2.理解装卸搬运的定义与分类,了解装卸搬运作业及其装置 3.理解流通加工的意义、作用及分类 4.运输方式及服务方式的选择,运输路线的选择；车辆调度与组织等 5.仓储及仓储在物流中的作用、仓储管理模式	概念 2.掌握装卸搬运的合理化管理,掌握装卸搬运要素的概念 3.了解流通加工的合理化管理,掌握流通加工要素的概念 4.掌握运输的合理化管理，掌握运输要素的概念 5.掌握仓储的合理化管理，掌握储存要素的概念	化 3.分析流通加工合理化 4.分析运输合理化 5.分析仓储合理化			点：包装合理化的设计；装卸搬运的合理化； 流通加工合理化；运输合理化的选择；仓储合理化的管理
二	电子商务物流市场及物流模式	1.电子商务物流模式概述 2.电子商务物流一体化、第三方物流、基于Web的物流配送模式、新型物流等 3.了解电子商务物流应用案例	1.理解电子商务物流模式概述；熟悉电子商务物流一体化； 2.能够理解企业物流的几种运作模式的区别与选择 3.能够根据公司情况设计合理的物流运作模式	1.电子商务物流系统模型和模式； 2.电子商务与第三方物流； 3.分析研讨企业的具体电子商务物流应用案例	3	3	创设任务情境 介绍相关知识点： 电子商务及物流的一体化； 第三方物流模式的内涵； 模拟公司情况

							设计合理的物流运作模式
三	电子商务采购与库存管理	1.订单接受与处理流程； 2.存货查询与订单分配、库存、库存合理化、库存成本 3.拣货、配货；盘点	1.了解电子订货系统基本内容，模拟企业订单处理业务与订单处理流程的改善与提升 2.了解库存的作用，掌握库存合理化、库存成本的内容，掌握零库存方式 3.理解电子商务下拣货、配货的要领；理解电子商务下零库存管理的思想、熟悉常见的盘点模式	1.模拟企业的订单处理作业； 2.模拟企业的备货与仓储作业； 3.模拟企业的拣货配货作业； 4.模拟企业的盘点作业	3	6	创设任务情境；介绍相关知识点：模拟企业的订单处理作业；模拟企业的备货与仓储作业；模拟企业的拣货配货作业；模拟企业的盘点作业
四	电子商务物流配送与配送中心	1.配送、传统配送中心及作业流程； 2.电子商务下的物流配送特点； 3.电子商务下配送中心的作业流程；	1.了解各种配送中心的功能，熟悉配送中心的作业流程； 2.电子商务下物流配送的作用 ，传统的物流配送	1.配送中心的作业流程； 2.电子商务下新型物流配送中心； 3.电子商务下的配送	3	6	创设任务情境；介绍相关知识点：熟悉配送中心的作业流程；对比传

		配送方案 ;选择配送企业的原则	与电子商务下的物流配送不同之处 3.理解电子商务配送中心管理的相关内容 4.了解配送路线的选择及优化，进行配送合理化分析 5.了解电子商务下的配送企业的选择原则	流程； 4.配送方案设计			统的物流配送与电子商务下的物流配送；电子商务下新型物流配送中心应具备的条件
五	电子商务物流技术	物流技术的概念与分类，主要的现代物流技术；	让学生模拟物流公司工作，进行各种现代物流技术的尝试	模拟物流公司运用各种物流技术进行工作	3	6	创设任务情境；介绍相关知识点： 尝试各种现代物流技术
六	电子商务物流服务物流成本管理	1.电子商务物流成本的构成、核算； 2.物流服务的内容、管理原理 ;客户关系的含义、原理	1.掌握电子商务物流成本的构成、核算，降低物流成本的主要方法； 2.了解企业物流服务水平的确定，掌握	1.如何降低物流成本的主要方法 2.根据物流管理流程制定物流服务策略 3.掌握物流	3	3	创设任务情境；介绍相关知识点：降低物流成本的主要方法；分析物

			物流服务管理原则 3.区分电子商务物流客户的类型，了解客户关系管理的含义、原理	客户服务与物流成本的关系 4.利用客户关系管理提高物流服务质量			流客户服务与物流成本的关系；利用客户关系管理提高物流服务质量
	期末总复习					3	

五、教学建议与说明

（一）教学建议

1.课程组织形式

本课程设计了 6 个学习项目和 6 个学习性工作任务，对应具体学习性工作任务，灵活运用情境教学法、项目教学法、讲授法、案例分析法、讨论法、角色扮演法等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。通过对典型工作任务和工作要求进行描述，基于工作过程对工作任务进行序化，按照学生的认知规律，由简单到复杂设计学习项目和学习性工作任务，最终形成项目导向、任务驱动的教学模式。

2.教学方法

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

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

（3）注重职业情境的创设，以多媒体、录像、案例分析等方法提高学生解决和处理实际问题的职业能力。

（二）教学资源的编写

本课程的教材选用与编写必须依据本课程标准。要充分体现课程设计思想，以项目为载体实施教学，项目选取要科学，要符合该门课程的工作逻辑，能形成系列，让学生在完成项目的过程中逐步提高职业能力，同时要考虑可操作性。教材内容要反映新知识、新技术、新方法。

（三）教学评价

1.突出过程与项目评价，结合课堂提问、实训操作、课后作业、项目考核等手段，加强实践性教学环节的考核。

2.强调目标评价和理论与实践一体化评价，注重学生创新能力的评价。

3.强调课程结束后综合评价，充分发挥学生的主动性和创造力，注重考核学生的职业素养及职业能力，注重考核学生所拥有的综合职业能力及水平。

4.建议在日常教学中分项目评分，课程结束时进行综合项目考核。

5.考核方式：理论与实践一体化评价。考核比例及要求：成绩构成：平时成绩：30%；期末考试：70%。

漳州城市职业学院《电子商务客服》 课程标准

适用专业：电子商务　　课程类型：职业技术课
学　　时： 60 学时　　学　　分：3 学分

一、课程性质和任务

课程性质: 该课程是电子商务专业的的职业技术课，也是专业核心课程。本课程从实践方面对网店客服的相关知识进行全面和系统的介绍,使学生能够掌握网店客服的基本概况,售前客服流程,售前客服经典案例解析与销售技巧和话术；售后客服流程；客服销售数据监控等知识，从而使学生具备从事电子商务的职业能力。任务：通过本课程学习，培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能,使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询、促成客户交易、处理客户投诉等工作，培养学生的学习能力、实践能力、创新能力和吃苦精神，并能够在工作中自我调节工作情绪和压力,为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础,更要为学生的职业生涯中有能力不断获得新的职业技能和职业资格，创造更广阔的发展空间。

《电子商务客服》课程具有承上启下的作用。《商务沟通》、《电子商务实务》等课程为本课程的学习奠定基础；同时，本课程又使学生掌握了电子商务客服的基础知识和相关技能，为学生今后的跟岗实习、《客服管理专项实训》以及顶岗实习打下基础。

二、学习领域课程描述

本课程为电子商务专业的核心课程,是一门介绍网店客服基本知识的应用型课程，它既是电子商务专业的专业必修课程，同时又是一门实践性很强的新兴学科。本课程以工作过程为导向，以“岗位群”所涉及的项目和工作任务为载体进行教学；从实践方面对网店客服的相关知识进行全面和系统的介绍。包括售前的知识储备、流程培训和准备工作、客户接待与沟通、有效订单的处理、交易纠纷的处理、客户关系管理工具等网店客服必备的知识。

本课程具有较强的实践性和可操作性,必须有相关的实践教学环节及教学硬件的支持。为此我们以高职高专学生学习特征为基础，以项目任务和工作流程为引领、以岗位需求和职业技能要求为依据，以学生为中心、以工作任务驱动为导向，以典型的真实任务为主要教学内容，构建基于工作过程的、嵌入电子商务职业标准，功能相对独立的模块化职业核心课程体系，体现做、学、教一体化。

课程设置是依据电子商务专业客服必须经历的工作流程而设置。根据工作流

程设计完成工作任务必须够用的相关理论知识并形成模块。工作任务是模拟企业客服所需知识和技能的典型工作任务。

三、课程目标

（一）在理论知识方面

1.能够熟练掌握有关网络客服管理的基本知识

2.能够熟练掌握客服流程知识和客服准备工作的知识

3.能够熟练掌握客户接待的知识

4.能够熟练掌握客户的沟通知识

5.能够熟练掌握有效订单处理的知识

6.能够熟练掌握交易纠纷处理的知识

7.能够熟练掌握售前，售中以及售后销售技巧与话术

8.能够熟练掌握客服销售数据监控

（二）在职业技能方面

通过本课程的学习，使学生了解电子商务客服的基本概况，熟悉电子商务礼仪，能够有效地利用电子商务平台和顾客进行有效的沟通，熟悉公司下单流程和货品基本常识，能够有效的指导顾客完成下单，引导顾客消费，掌握售前，售中以及售后的服务的技巧，培养学生在本职岗位能够很好的有针对性进行品牌宣传，配合好公司的各项（促销）工作的展开、反馈顾客的需求，提高其相应的职业素养，为将来就业奠定良好的基础。

1.能够具有较强的商业经营运作能力

2.能够具有较强的计算机和外语应用能力

3.能够具有善于总结与应用实践经验的能力

4.能够具有较强的语言和书面表达能力

5.能够具有较强的人际交往和协商沟通能力

6.能够具有较强的工作中与他人的团队合作能力

7.能够具有较强的良好的电子商务职业道德和规范、安全和质量意识

8.能够具有较强的独立学习和决策能力

（三）在职业素质方面

1.能够具有较强的的沟通能力及团队协作精神

2.能够具有较强的分析问题、解决问题的能力

3.能够具有较强的劳动组织能力

4.能够具有较强的勇于创新、敬业乐业的工作作风

5.能够具有较强的吃苦耐劳和强烈的社会责任心和正义感

6.能够具有较强的初步的管理能力和信息处理能力

四、课程内容和要求

序号	岗位工作任务项目	以工作任务为核心的课程内容	教学实施要求	实训设计	参考学时		考核方案
					理论	实践	
1	了解网店客服的基本概况	了解网店客服的基本概念与特点以及一点顾客心理学	1.了解网店客服的基本概念，特点以及工作流程 2.了解客服态度，销售能力和工作熟练度对成交量的影响 3.了解顾客的界定与分类和顾客的心理分析	选取一家网店，调查该网店的客服工作的特点和工作的流程，了解下顾客的界定和分类以及顾客的心理分析	4	2	分组讨论结果
2	售前客服流程	了解客服沟通的基本心态，售前知识储备，售前成交过程以及售中流程。	1.了解客服沟通的基本心态 2.了解售前知识储备，售前成交过程以及售后流程	选取一家网店，调查售前和售中流程操作	4	6	分组讨论结果
3	售前客服经典案例解析与销售技巧和话术	了解售前客服经典案例解析和售前销售技巧与话术	1.了解售前客服经典案例解析 2.了解售前销售技巧和话术	了解售前客服经典案例解析和售前销售技巧与话术	4	6	1.分组讨论结果 2.角色扮演汇报
4	售后客服流程	掌握售后客服的基本思路，售后处理，特殊售后处理等	1.掌握售后客服的基本思路：道歉，衡量售后问题轻重缓急等 2.了解普通售后处理，特殊售后处理	每组选择一家网店进行售后处理模拟	4	4	分组讨论结果

			意见后台注意事项				
5	售后客服经典案例解析与售后技巧和话术	掌握售后客服经典案例解析和售后维护话术等	了解售后客服经典案例解析；售后维护话术以及中差评，维权电话沟通技巧	模拟实训中差评，维权电话沟通技巧	4	6	1.分组讨论结果 2.角色扮演汇报
6	客服销售数据监控	掌握销售量的统计，客单价的监控，客服询单转化率的监控等	1.了解客服之间销售量的对比 2.了解影响客单价的因素 3.了解询单人数和付款人数的统计 4.了解客服退款率统计和客服响应时间考核	模拟客服询单转化率的监控以及客服退款率的统计	4	4	分组讨论结果
7	客服的招聘培训与管理	掌握客服的招聘和培训，日常管理以及培养客服文化等。	1.了解客服的招聘和培训 2.了解店铺数据的监控，关注客服的执行力情况 3.培养客服文化	模拟如何合理调动客服积极性，培养客服文化	4	4	分组讨论结果

五、教学建议与说明

（一）教学建议

1.课程组织形式

本课程的专业性、技能性很强，教学中应以教师为主导，学生为主体，注意理论联系实际，采用多种教学组织形式（班级授课、模拟实习、演练操作）授课。针对课程内容特点，进行任务导向型的学习，采用讲、练、做一体化学习过程开展教学，帮助学生理解报关各个环节的具体任务及操作程序，在完成工作任务的过程中，学习必须和够用的理论知识。

本课程设计了 7 个学习性工作任务，对应具体学习性工作任务，灵活运用情境教学法、项目教学法、讲授法、案例分析法、讨论法、角色扮演法等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。课程以淘宝网店的客户服务实际

工作任务为载体设计学习项目。通过对客户服务岗位典型工作任务分析，对典型工作任务和工作要求进行描述，基于工作过程对工作任务进行序化，按照学生的认知规律，由简单到复杂设计学习项目和学习性工作任务，最终形成项目导向、任务驱动的教学模式。

2.教学方法

根据《电子商务客服》课程的内容和学生的特点，我们在教学方法上，改变单一的课堂教学模式，广泛采用案例分析、项目教学法、小组工作等教学方法。

（1）案例分析与分组讨论：在课堂理论讲授过程中，结合电子商务客服实际业务案例，让学生分组进行讨论，加强学生对知识理论基础的掌握。

（2）项目教学法：

1)确定项目任务。由教师提出一个或者几个项目任务同学员一起讨论，最终确定项目的目标和任务。

2）计划。由学员制定电子商务客服项目工作计划，确定工作步骤和程序。

3)实施。学员确定各自的分工以及合作的形式并按照已确立的工作步骤和程序工作。

4)检查评估。先由学员自己，再由教师对项目工作成绩进行检查评分，师生共同讨论，评判工作中问题的解决方法，学习行为特征等。

5）归档或结果应用。

（3）小组工作与角色扮演：在教学中，要求学生组成一个公司的客服团队：分为售前，售中，售后客服团队，虚拟完成企业交易，角色轮换。

（二）教学资源的编写

1．教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

2．教材中的内容以客服所接触的真正业务为出发点，以激发学习兴趣，明确学习方向，便于教学中的启发、引导。

3．本课程教材与高职相关或相近课程教材的区别在于，将电子商务客服的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

（三）教学评价

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、完成作业任务的情况、课堂参与与

表现等，占总评成绩的 10%。这部分内容重点考核学生的学习过程，包括其学习态度、努力的程度以及表现出来的效果。

2. 知识考核，主要考核内容为电子商务客服的基本概念和基本理论以及相关能力，占总评价成绩的 70%。

3. 技能考核，采用技能模块测试的方式进行，以学生的实训操作表现进行考核，主要考核学生在平时的工作任务训练过程中的实际动手能力。考核的成绩占总评价成绩的 20%。

漳州城市职业学院《网页设计》 课程标准

适用专业：电子商务　　课程类型：职业技术必修课
学　　时：68 学时　　学　　分： 3 学分

一、课程性质和任务

(一)课程的性质

本课程是为培养高职专业学生对网页设计的基础知识而设置的一门职业技术课程。由于网页设计所涉及的软件和相关知识十分广泛，针对电子商务专业学生的专业方向和专业基础，本课程侧重于网页版式布局和代码编写的设计与制作 ,对大中型网站制作中的所涉及到的动态程序编写等较复杂技术手段作了回避或仅作简单介绍。培养学生成为能够胜任生产、服务、技术和管理第一线工作的高素质劳动者和高级技术应用型人才。

（二）课程的任务

通过本课程学习，使学生了解网页制作的基础知识、基本流程，并能熟练使用 Macromedia Html 进行个人网站和中小型商业网站的设计、制作与维护更新，为培养高级网页设计专业人才打下坚实的基础。培养学生分析问题和解决问题的能力、沟通、协作能力，通过实际开发过程的规范要求促进学生职业素养的提高。

本课程的先导课程有大学计算机基础及美工基础，在此基础上学习网页制作，并为后续的 ui 实训提供基础。

二、学习领域课程描述

(一)网页设计基础（4 学时）

内容体系：网页设计的基本概念，Html 简介。

知识点：网页设计的基本理念，网页元素，网页设计常用工具，网站风格，网页色彩搭配，Html 工作界面，建立和管理站点。

技能点：（1）Html 的基本操作：Html 的启动和退出，创建网页或网站，打开网页或站点，网页的保存和浏览，查看网页文件的 HTML 代码；（2） 使用 Html 建立和管理网站。（3）IIS 的简单配置。

重　点：网页的基本组成元素，使用 Html 建立和管理网站。

难　点：网页设计的基本理念，网站风格，网页色彩搭配。

(二)Html 的使用（24 学时）

内容体系：中文版 Html 的基础知识，Html 的基本操作，制作与修饰网页，

网页特殊效果设计，发布和管理网站。

知识点：Html 的基本功能，Html 的界面组成，网页的基本元素，HTML 语言，HTML 文件，网站，Web 页/网页，图像和多媒体，超级链接，表单，行为，网页布局，网站的发布。

技能点：(1)制作与修饰网页：字体操作，段落操作，列表操作，背景操作，插入水平线，图像操作（插入图像、设置图像属性、保存包含图像的网页），超级链接（文本超链接的建立和设置、图像超链接、热点区域、书签），表格（表格的基本组成、建立和编辑表格、表格的属性设置），图像和多媒体的使用，使用框架结构（创建框架网页、更改框架链接的网页、框架属性设置），导航的使用，模板和向导的使用，样式表的应用；(2）表单（创建表单、插入表单元素、表单属性)；(3）网页特殊效果设计：网页动态元素，网页动画效果，各种行为的运用，网页主题；(4）发布和管理网站：网站的发布，管理网站。

重　点：网页的基本组成元素，网页的制作与修饰，超级链接的使用。

难　点：网页中表格的使用，网页布局与框架网页的使用，行为的概念和各种行为的运用。

(三)HTML 语言、CSS 样式（8 学时）

内容体系：WWW、HTTP、HTML、CSS 的定义、概念和作用；Html 中 CSS 的定义和使用。

知识点：WWW、HTTP、HTML、CSS 的定义、概念和作用；HTML 语言中的各种文本格式、字符格式、段落设置、列表、表格标记的作用； CSS 样式表；链接和创建样式表；CSS 样式的属性设置；样式表的运用举例。

技能点：(1）在 Html 中查看网页文件的 HTML 代码；(2）在设计视图中修改 HTML 代码；(3）学会使用标签选择器；(4）使用 CSS 样式表

重　点：理解 HTML 语言中的各种文本格式、字符格式、段落设置、列表、标记的作用； CSS 样式表的使用。

难　点：创建样式和使用 CSS 样式表。

(四)JavaScript 脚本语言（12 学时）

内容体系：JavaScript 脚本语言的基本语法；面向对象程序设计思想。

知识点：JavaScript 语言的语法；JavaScript 中对象的定义及含义；JavaScript 中事件的概念；JavaScript 中属性与方法的概念；面向对象程序设计思想；在 HTML 语言代码中嵌入 JavaScript 代码的方法，能看懂 JavaScript 特效网页源代码，实现不同的特效网页效果。

技能点：(1）初步了解面向对象程序设计思想；(2）掌握 JavaScript 语言的语法；(3）掌握在 HTML 语言代码中嵌入 JavaScript 代码的方法，能看懂

JavaScript 特效网页源代码；（4）学会使用 JavaScript 语言网页特效工具，实现不同的特效网页效果。

重　点：面向对象程序设计思想；JavaScript 语言的语法；学会使用 JavaScript 语言网页特效工具，实现不同的特效网页效果。

难　点：看懂 JavaScript 特效网页源代码，学会修改 JavaScript 代码。

三、课程目标

（一）在理论知识方面

1.掌握互联网、网页、网站、超级连接、HTML 语言、FTP、HTTP 等基础网络知识；

2.掌握网站设计制作的常用工具与基本流程；

3.掌握 html 语言的一般规律；

4.了解不同网站类型不同的设计与制作要求；

5.了解网站的整体结构规划。

（二）在职业技能方面

本课程教学目标是使学生了解网页制作的相关知识,掌握网页制作的基本方法，熟练掌握 dreamweave 等软件制作网页基本技能。

（三）在职业素质方面

1.培养较强的自主学习能力，养成积极思考问题、主动学习的习惯；

2.学会收集、分析和整理参考资料；

3.培养良好的团队合作精神，乐于助人、克服困难的精神。

四、课程内容和要求

序号	岗位工作任务项目	以工作任务为核心的课程内容	教学实施要求	实训设计	参考学时		考核方案
					理论	实践	
1	网页制作基础	1.网站与网页基础知识 2.Html 的使用 3.创建、管理和发布站点 4.文本编辑和格式化 5.使用超级	1.理解网站建设工作流程 2.掌握网页制作工具软件的使用 3.掌握网页基本元素的制作	1.在本机建立站点和文件夹 2.使用 DW 软件制作网页元素 3.设置文本格式、使用超链接和插	8	8	实训报告

		链接 6.使用与处理图像		入图像			
2	使用 HTML 和 CSS 技术制作网页	1.HTML 基本标签和 CSS 样式表的结构 2.使用 CSS 修饰网页 3.使用 CSS 布局网页 4.使用表格、框架和表单	1.理解网页内容与样式分离的思想 2.掌握网页基本标签的使用 3.掌握 CSS 的使用 4.掌握表格、框架和表单的使用	1.使用 HTML 和 CSS 技术修饰网页 2.使用 CSS 布局网页 3.使用表格、框架和表单	8	8	实训报告
3	网页高级应用	1.使用多媒体技术 2.使用行为 3.使用模板和库 4.网站的测试和发布	1.掌握多媒体使用 2.理解行为的使用 3.理解模板和哭的使用 4.掌握网站的测试和发布	1.网页中插入多媒体 2.使用行为 3.使用模板和库 4.网站的测试和发布	8	10	实训报告
4	网站开发综合实训	主题网站制作	完成主题网站设计与制作	分小组（3-4 人）建设主题网站	8	10	实训报告

五、教学建议与说明

（一）教学建议

1.课程组织形式

教学过程中，采用教、学、做一体化教学模式，教师讲，学生做，理论结合实际，既是课堂又是实训场。具体实施步骤按照“课程导入、明确学习目标、案例分析讲解、任务布置、任务实施、检查评价”顺序进行。

2.教学方法

（1）教学设备：多媒体教室一个、机房一个。

（2）教学师资：具备讲师（工程师）及以上职称，有丰富的网页设计高级应用的经验。

（3）教学组织形式与实施

1）教学形式：采用班级授课制，按照“教、学、做一体化”的教学模式，教师讲，学生做，理论结合实际，既是课堂又是实训场。具体实施步骤按照“课程导入、明确学习目标、案例分析讲解、任务布置、任务实施、检查评价”顺序进行。

2）教学方法：项目教学法、演示法、任务驱动法、案例教学法、实践教学法。

3）教学拓展：教师必须重视实践，与时俱进，掌握最新版本的网页设计的使用。

4）职业素养：培养学生精益求精的工作态度和敬业精神。

（二）教学资源的编写

基于课程任务及模块设置，教材选用传智播客高教产品研发部主编，中国铁道出版社 2014 年 8 月出版的《网页设计与制作（HTML+CSS)》。该教材的内容涵盖了本课程任务和内容 ,特别是该教材突出了数据库实践操作的应用。此外，建议使用微软 MSDN 网站、W3SCHOOL 等学习网站的相关资源开展辅助教学。

（三）教学评价

本课程采用了理论考试和技能操作考核两种方式。理论教学部分的考核严格执行系的考核制度。实践技能部分的考核则采用技能模块测试的方式进行，以学生的实训操作表现进行考核。总评学业成绩(100 分)分配如下 :总成绩(100%) = 平时实训成绩（30%）+期末笔试成绩（70%）。