

# 温州市第二职业中等专业学校

## 电子商务人才培养方案

专业名称:电子商务

专业代码:730701

贰零贰叁年拾月

一、	专业名称及代码.....	3
二、	入学要求.....	3
	初中毕业或具有同等学力者.....	3
三、	修业年限.....	3
四、	职业面向.....	3
五、	培养目标与培养规格.....	4
	(一) 培养目标.....	4
	(二) 培养规格.....	4
	1. 核心素养.....	4
	2. 专业能力.....	5
	3. 职业素养.....	7
	4. 综合素养.....	7
六、	课程设置及要求.....	8
	(一) 必修课程模块.....	9
	1. 公共必修课程.....	9
	2. 专业必修核心课程.....	13
	(二) 专业选修课程模块.....	15
七、	教学进程总体安排.....	17
	(一) 必修课程模块课时及学分表.....	17
	(二) 选修课程模块课时及学分表.....	17
	具体完整的安排见附录教学进程安排表。.....	18
八、	实施保障.....	18
	(一) 师资建设.....	18
	(二) 教学设施.....	19
	(三) 教学资源.....	21
	(四) 教学方法.....	22
	(五) 学习评价.....	22
	(六) 质量管理.....	23
九、	毕业要求.....	23
	(一) 学分.....	23
	(二) 职业资格证书.....	23
十、	附录.....	23

# 电子商务专业人才培养方案

## 一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

代码：730701

## 二、入学要求

初中毕业或具有同等学力者

## 三、修业年限

基本学制三年，可根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间

## 四、职业面向

专门化方向	职业(岗位)	职业资格要求	继续学习专业	
			高职	本科
美工方向	网店美工 网络美工	电子商务师 平面设计师 1+X 网店运营	电子商务	电子商务
网店运营	运营专员 运营助理 产品编辑	电子商务师 1+X 网店运营	电子商务 网络营销 移动商务 市场营销	电子商务 市场营销

续表

网络 营销	网络推广 营销专员 直播运营 视频编辑 文案编辑	电子商务师 1+X 网店运营 直播运营员	电子商务 网络营销 移动商务 直播电商服务 市场营销	电子商务 市场营销 全媒体电商运营
客户 服务	客服专员	电子商务师 1+X 网店运营 计算机文字录入员	电子商务 市场营销	电子商务 市场营销

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

本专业面向新型网络经济，培养适应浙江省经济发展和电商行业需求，遵守行业规范并具有良好的职业道德、踏实的工作态度、严谨的工作作风，掌握必需的公共必修课程知识、专业理论知识和专业技能，能胜任电商美工、客户服务、网店运营、网络营销、直播运营、视频编辑等相关职业（岗位）的应用型中初级专门人才。

### (二) 培养规格

#### 1. 核心素养

**营销理念：**传承瓯匠精神，掌握必须的营销基础知识、专业知识和熟练的职业技能，具有适应职业变化的能力，具有具有能吃苦能创业的温商精神。以此为基础发展新瓯匠品质和新温商精神；

**设计思维：**初步具有综合电商设计的能力，能够以用户为中心，去发现用户的问题，理解问题产生的背景，并用设计来解决问题；

**服务意识：**求实创新、务实敬业，从多渠道、多方面、多角度出发树立服务客户的理念。在此基础上培养学生大礼之道(正、忠、和)，大礼之识(修君子素养)，大礼之仪(生活礼仪、职业礼仪、商务礼仪)。

**基于以上培养理念，我们培养出“明大礼、崇匠艺、识商道”的电子商务复合型人才**

## **2. 专业能力**

### **(1) 网店美工：**

①具有淘宝店面以及网站整体形象设计更新，促销活动平面支持，熟悉使用美工软件对产品图片进行修饰能力。

②具有商品描述页面美化、店铺装修色彩与结构合理选择的能力。

③具有图片编辑处理、过滤以及新开发的产品进行设计排版的能力。

④具有配合运营和项目负责人实现各种视觉效果的呈现的

能力。

#### (2) 网店运营：

①具有基本的淘宝运营环境、交易规则、淘宝推广能力。

②具有营销工具的使用，精通网络推广，熟练掌握淘宝直通车、淘宝客等推广技巧，熟悉淘宝各类社区的状况以及可利用的资源能力。

③具有正确操作网店平台后台运作规则的能力。

④具有协助网店商品描述信息的整理能力以及商品上线与维护的能力。

⑤具有对网店总体运营负责、策划店铺及产品推广方案、组织产品销售的能力。

#### (4) 网络营销：

①具有熟悉微博、微信、短视频等营销平台的各项功能应用，擅长各营销平台的日常操作以及维护能力。

②具有企业的受众群体可以养成数据分析能力，善于通过数据分析掌握时间段与顾客互动。

③具有更新及维护公司企业的营销内容，增加粉丝数，提高各项关注度，为企业引流，提升转化率的能力。

④具有熟悉企业的运营策略、活动、话题的制定及策划方案和活动创意、活动宣传的能力。

#### (4) 客户服务：

①具有快速打字、回复客户日常问题的能力。

②具有完成网店日常工作，为顾客引导、问题解答、促进买卖成交的能力。

③具有较强的沟通能力、应变能力。

④具有熟悉各平台客服的基本工作的能力，定期维护客户关系，促进互动并促成再次交易的能力。

⑤具有处理客服反馈问题、退换货、投诉等情况的能力。

### **3. 职业素养**

(1) 具有良好的职业道德，自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。

(2) 具有良好的职业信誉，爱岗敬业、遵纪守法。

(3) 具有良好的服务意识和协调沟通能力。

(4) 具有严谨细致、严守秘密、坚持原则、诚实守信、廉洁奉公的礼商文化。

(5) 具有创业意识和创新精神。

### **4. 综合素养**

(1) 具有良好的思想政治素质、优良的道德品质、健全的人格和坚定的理想信念。

(2) 具有良好的身体素质和积极的心理品质。

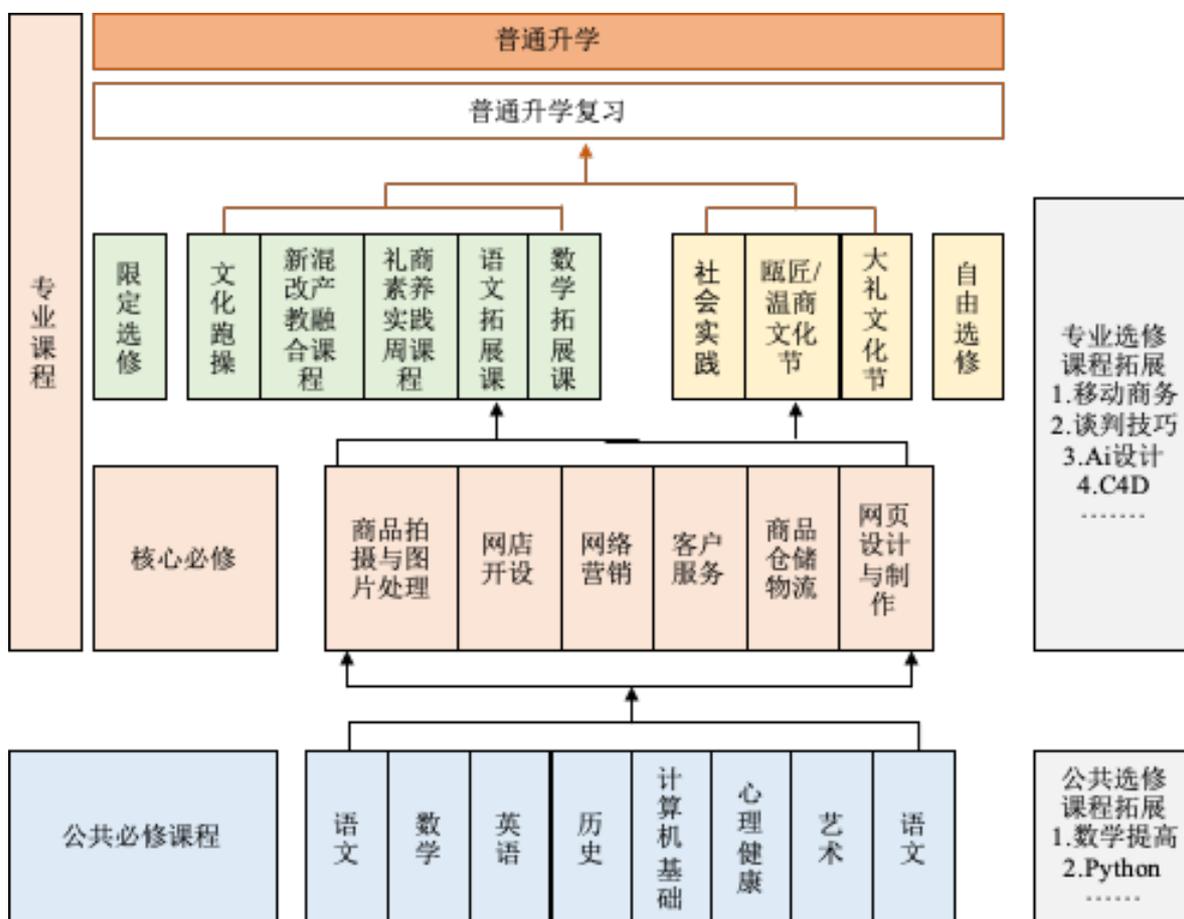
(3) 具有一定的文化素养和良好的科学精神。

(4) 具有良好的人际交往能力和团队协作能力。

(5) 具有终身学习的意识和学习的能力，能主动适应未来社会发展趋势。

## 六、课程设置及要求

本专业课程设置分为必修课程模块和选修课程模块。必修模块包括公共必修和专业必修，选修模块包括限定选修和自由选修。限定选修针是根据行业发展需求而设定的课程，如短视频制作、直播运营和创新教育课程。自由选修课包括技能优化类、人文通识类、生活技能类、素质拓展类，具体情况每



学期有调整，供学生自由选择。具体如下图：

## （一） 必修课程模块

### 1. 公共必修课程

#### （1）历史

中等职业学校历史课程的目标是落实立德树人的根本任务，使学生通过历史课程的学习，掌握必备的历史知识，形成历史学科核心素养。

核心素养：历史是学科育人价值的集中体现，是学生通过学科学习与运用而逐步形成的正确价值观念、必备品格和关键能力。历史学科核心素养包括唯物史观、时空观念、史料实证、历史解释、家国情怀五个方面。唯物史观是诸素养得以达成的理论保证；时空观念是诸素养中学科本质的体现；史料实证是诸素养得以达成的必要途径；历史解释是诸素养中对历史思维与表达能力的要求；家国情怀是诸素养中价值追求的目标。通过学科核心素养的培育，达到立德树人的要求。使学生避免犯政治性的营销错误，同时将爱国情怀融入营销过程，做到思政课堂。

#### （2）语文

教学要求：指导学生掌握必需的语文基础知识，培养学生欣赏和积累文学语言，引导学生领悟文学作品的内涵和意蕴。掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力，具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读

能力。

重视文化熏陶和培养语感，引导学生端正学习态度、使用正确的学习方法、形成良好的语文学习习惯。让学生在日常的学习中，积累各种语言基础知识和基本技能，学会正确的运用语言进行交际的能力。培养学生热爱祖国语言的思想情感，提高道德修养、审美情趣、思维品质。使得学生具备基本的营销文案功底。**注重语文与电商文案的结合，将文专进行融合。**

### (3) 数学

主要内容:课程分三个模块:基础模块、拓展模块一和拓展模块二。基础模块包括基础知识、函数、几何与代数、概率与统计,是高中阶段数学学科的基础内容。拓展模块一包括基础知识、函数、几何与代数、概率与统计,是基础模块内容的延伸和拓展。

拓展模块二包括七个专题和若干数学案例,是帮助学生开拓视野、促进专业学习、提升数学应用意识的拓展内容。

核心素养:数学是学生获取数学知识和数学技能的展现,在数学学习中要培养学生的数学抽象、逻辑推理、数学建模、数学运算、直观想象和数据分析六大核心素养。课程内容的安排从简单到复杂,从识记、理解到应用,从模型应用到思想方法,增强了学生数学学习的信心,提高了学生数学学习的能力,也为学生提供了数学的语言表达与合作交流的平台。**这部**

分学习要注重结合电商流量算法、优惠券算法等真实应用案例，培养学生是数学实际应用案例，提高对数学的学习兴趣和应用能力。

#### (4) 英语

主要内容:本课程教材内容包括省编教材一至四册，行动英语上下册，趣味英语上下册。每册共6个模块，每个模块分别以“日常生活”和“工作职场”为情境、以“活动”和“任务”组织教学内容。使学生掌握一定的英语基础知识和听、说、读、写等基本语言技能，初步培养生活英语和职场英语的应用能力，了解中西方文化差异，开拓国际视野。

核心素养:包括语言能力、思维品质、文化意识和学习能力四个纬度。电商英语教学着重培养学习方法、语言知识、语言意识和语感、交际策略等语言能力;培养分析、判断、理性表达等思维品质;树立理解各国文化差异、尊重差异、比较异同的文化意识，为日后拓宽业务做好准备;注重学习策略、语言知识运用和自主学习等学习能力的培养。使得学生在未来电商工作中具有基础的英语沟通能力，提高拓宽职业视野的语言能力。

(5) 计算机应用基础教学要求:通过理论知识学习和上机实践操作等，使学生进一步了解、掌握计算机应用基础知识，提高计算机基本操作、办公应用、网络应用、多媒体技术应用等方面技能，使学生初步具有利用计算机解决学习、工作、生活

中常见问题的能力;使学生能够根据职业需求运用计算机,体验利用计算机技术获取信息、处理信息、分析信息、发布信息的过程,逐渐养成独立思考、主动探究的学习方法,培养严谨的科学态度和团队协作意识;使学生树立知识产权意识,了解并能够遵守社会公共道德规范和相关法律法规,自觉抵制不良信息,依法进行信息技术活动。使学生掌握基本计算机技巧、具有熟练的文字录入能力,为学生学习电子商务、移动商务等平台操作做铺垫。

#### (6) 体育与健康

教学要求:通过课内外教学活动,全面提高学生身体素质,发展学生身体基本活动能力,掌握必要的体育与卫生保健知识,了解现代科学锻炼和娱乐、休闲方法,增强学生自主锻炼、自我保健、自我评价、自我调控、社会适应及创新能力,为学生身心健康、个性与体育特长的发展及终身锻炼、继续学习、就业创业奠定基础。体育素养与电商物流实操的结合,能让学生对物流职业有更进一步的认知。

#### (7) 思想政治

教学要求:教学要求:有针对性地对对学生进行马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代

表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想基本观点教育,辩证唯物主义和历史唯物主义基本观

点教育，经济与政治基础知识教育，法纪法制教育，文明礼仪、行为规范教育，职业道德、职业理想和创业教育，引导学生逐步树立正确的世界观、人生观和价值观，不断提高爱国主义、集体主义和社会主义思想觉悟，帮助学生树立正确的择业观、创业观，进行职业生涯规划，培养良好的思想政治素质和职业道德素养。

## 2. 专业必修核心课程

### (1) 商品仓储物流

通过本课程的学习，使学生了解仓储物流管理中的常用软件；了解商品的基本性质与分类；了解商品仓储的质检入库、编码上架、拣货配货、包装出库等的基本流程；使学生具有仓储相关软件操作、仓储商品保管及打单配货包装的职业能力，具有沟通合作、吃苦耐劳的职业素养的技能型人才。毕业后能胜任电子商务企业商品仓储管理员的一线工作岗位。

### (2) 商品拍摄与图片处理

通过本课程的学习和实践，学生能拍摄、懂设计、会文案。使学生系统地掌握商品拍摄的基本技能、图片处理的基本知识和方法，学会利用图片处理软件来处理 and 制作网店建设中的各类图片作品，具备分析和解决实际问题的能力，提高审美观、整体空间色彩把握能力、构图能力，培养学生真诚、细心、善于沟通和协调合作的品质，对电子商务专业学生职业能力培养和职业素养

的养成起主要支撑作用。

### （3）网店开设

通过本课程的学习和实践，突出对商品管理、网店装修、网店交易及手机店铺的开设等技能点的训练，使学生系统掌握网店开设的基本知识和基本技能。构建学生实训实习或自主创业时网店开设必须具备的能力。培养团队协作、获取新知识的能力，对电子商务专业学生职业能力培养和职业素养的养成起主要支撑作用。

### （4）网络营销

通过本课程的学习和实践，使学生对网络营销有初步认识，理解网络营销在电子商务中的重要性，掌握其基本的理论、基本方法和基本技术，以及在电子商务中的操作技能。对网络营销有一个全面系统认识，要求学生较全面熟悉和了解网络营销的基本内容和技术，基本掌握网络营销的思想理念和工作特点，对电子商务专业学生职业能力培养和职业素养的养成起主要支撑作用。

### （5）客户服务

通过学习可以获得客户服务岗位基本素养，使学生了解客服需知的企业产品信息、平台使用规则及沟通工具使用方法，了解客户心理及常见问题，掌握回答客户咨询、促成下单付款、改变中差评、处理客户投诉和退换货问题的方法和沟通技巧，了解CRM系统和客户关系维系的方法。使学生明确客户服务岗位在电子商务营销中的作用，掌握电子商务活动中客户服务的各项通用技能，

具备分析和解决客户服务实际问题的能力，对电子商务专业学生职业能力培养和职业素养的养成起重要支撑作用。

#### (6) 网页设计与制作

通过本课程的学习，使学生了解电子商务网站概况；熟悉电子商务网站制作软件；熟悉电子商务网站的不同页面及其功能；利用网页制作软件设计制作不同电商网页；根据移动电商特点，设计制作移动电商页面。使学生具有电子商务网站设计、制作的职业能力，具有沟通合作、吃苦耐劳的职业素养的技能型人。

#### (7) 礼商素养实践周系列课程

分精品劳动实践、大礼素养和商科教育三大模块，通过大礼素养课程、商科通识课程、特色素养课程、劳动整理课程等，让学生具备特有的“礼商”素养，学会在合作中管理校园，领会“幸福是奋斗出来的”。

文化跑操，将大课间的单一跑操改造为融应急演练、军姿仪容、方阵跑操、文化诵读、摆臂退场为一体的综合素质拓展项目，学生每天高喊口号“二职青年、克勤克勉、匠商报国、一往无前”，都充分体现爱校、阳光、自信的美好品质。

### (二) 专业选修课程模块

专业选修主要根据专业范围、方向，深化、拓宽与专业相关的知识和技能的课程，其教学内容是从事特定专业岗位所必需的专业知识和专业技能。

此外我们还有技能优化类、人文通识类、生活技能类、素质拓展类四大类，涵盖了几十门兴趣拓展课程，丰富学生的学习生活。具体根据情况每学期有调整，供学生自由选择。

为了提高学生“礼·匠·商”文化素养，我们还设置特别的选修课程。如：大礼文化节、瓯匠文化节、温商文化节，通过系列课程提升学生的素养。

比如，大力文化节通过举办讲座、高手对决、游园活动、特色体验活动等十余项活动，充分体现了二职青年的大国工匠精神，也让同学们感受到中华民族传统优秀“礼”文化的生命力和独特魅力。

首届瓯匠文化节系列活动，邀请瓯匠百工走进校园，让学生体验瓯匠文化，同时举办师生竞赛同台赛，让学生能够更加深刻理解“执着专注、精益求精、一丝不苟、追求卓越”的“工匠精神”；能更加深入体会专研坚韧、敢拼能干的“瓯匠精神”。

温商文化节，举办了十余项序列活动，学生坚定自己的职业梦想，将“勇闯善创、敢为人先、国际视野、家国责任”的温商精神和“克勤克勉、匠商报国”的责任担当深深印在心中。

## 七、教学进程总体安排

### (一) 必修课程模块课时及学分表

课程类别	序号	课 程	总课时	学分	各学期分配周课时数分配						比例
					一	二	三	四	五	六	
公共基础课程	1	语文	320	16	4	4	4	4			36.59%
	2	数学	320	16	4	4	4	4			
	3	英语	160	8	2	2	2	2			
	4	体育与健康	240	12	2	2	2	2	2	2	
	5	思想政治	160	8	2	2	2	2			
	6	艺术	40	2	1	1					
	7	信息技术	120	6	3	3					
	8	历史	80	4			2	2			
	小计		1440	72	18	18	16	16	2	2	
专业必修课	1	商品拍摄与图片处理	140	7	4	3					17.28%
	2	网店开设	100	5			5				
	3	网页设计与制作	40	2	2						
	4	网络营销	160	8		4	4				
	5	客户服务	140	7	4	3					
	6	商品仓储物流	100	5			5				
	7	高考复习1						5	5	5	
	8	高考复习2						5	5	5	
	9	高考复习3	240	12				4	4	4	
		小计		680	34	10	10	14	14	14	

### (二) 选修课程模块课时及学分表

课程类别	序号	课 程	总课时	学分	各学期分配周课时数分配						比例	
					一	二	三	四	五	六		
限定选修模块	专业方向课程包	1	语文拓展课程	560	2	2	2	2	2	10	10	33.23%
		2	数学拓展课程	560	2	2	2	2	2	10	10	
		3	英语拓展课程	80	2	2	2					
		4	新混改产教融合课程	36	2							
		5	礼商素养实践周课程	36	2							
		6	文化跑操课程	36	2							
	小计		1308	12	6	6	4	4	20	20		
自主选修模块	1	大礼文化节	40	2							3.05%	
	2	瓯匠/温商文化节	40			2						
	3	社会实践	40					2				
		小计		120	2	0	2	0	2	0		0

具体完整的安排见附录教学进程安排表。

## 八、 实施保障

### (一) 师资建设

1. 依据国家教育部颁发的《中等职业学校教师专业标准(试行)》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，建立数量充足，结构合理，能适应本专业教育教学改革与发展的高水平专兼职教师队伍。

2. 专业教师应具备良好的师德和终身学习能力，具有本专业或相应专业本科以上学历、中等职业学校教师资格证书和本专业相关工种中级以上职业资格，能适应产业、行业发展需求，熟悉企业情况，参加企业实践和技术服务，积极开展课程教学改革。

3. 专业带头人应有较高的业务能力，具有高级职称和高级职业资格，熟悉产业发展的整体情况和行业对技能型人才的需求，在专业改革发展中起引领作用。

4. 专业兼职教师应对本行业企业情况有较深的了解，具有较高的专业素养和实践操作能力，具有高级工以上职业资格或具有一定声誉的能工巧匠，能够胜任教学工作。

5. 加强双师型教师队伍建设。目前电商组已经达到 100%双师型教师，其中 100%的教师为高级技工，57.1%的教师取得技师证书。证书明目包含但不仅限于：电子商务师、互联网营销师、营销师、美工设计师等。重视校内教师培养，努力建设校内“双师型”教师队伍，使教师具备本专业领域坚实的理论知识和较强的实践能力。最后教师还需要具有良好的职业道德和敬业精神，

能准确把握行业发展动态，与相关行业保持紧密联系。与我校门口沿街 22 间门店的企业导师进行双师共导系列课程。

## （二） 教学设施

本专业应配备三种类型的实习(实训)室，即核心技能实习(实训)室、岗位化方向实习(实训)室及校外实训基地。

### 1. 实训基地环境要求

核心技能实习(实训)室是为了满足培养学生专业核心能力所必须具备实习(实训)条件。而岗位化方向实习(实训)室是学校根据区域经济特点和本校的办学特色所开设的岗位化方向课程及人才培养需求，有针对性地建设的实习(实训)室，要求针对性强，数量充足，并有一定的先进性。

将工匠精神、行业企业文化融入到匠心特色实训场所文化中，汲取工匠精神的核心品质“敬业、精益、专注、创新”，让师生时时处处能够感受到“匠心文化”。

校内打造直播工作室，让学生从实践中学。

校外实训基地是满足学生顶岗生产实习、专业教师培养、校企合作办学等所必须建设的实训基地。与学校门口沿街 22 间门店深度合作，引进多家校企合作战略伙伴，共建集实践教学、社会培训、企业生产和社会服务于体的多功能高水平的礼匠商融合教育基地。

## 2. 专业实训设备配置及说明

序号	实训室	设备	数量	功能配置（建议配置）	满足条件
1	基础课程实训室	服务器	1 台	CPU: 两核 E7-8800 及以上。内存: 32GDDR4 及以上。	具备独立的专属电子商务专业实习实训的服务器。
		计算机	90 台	CPU: I5-7400 及以上。内存: 16GDDR4 及以上。硬盘: 固态 128G 及以上且最高传输读与写均在 3000MB/S 及以上。显卡: 独显 4GGTX1050TI 及以上。显示器: 1080P 及以上且色域达 100%及以上。	能够满足同年段电子商务专业学生实训与测试需求。
		实训软件	1 套	满足核心课程基础技能教学、训练。	
2	商品摄影实训室	教学相机	4 台	满足商品摄影教学需求。	全画幅数码单反相机 2 台及以上
		实训相机	45 台	满足学生商品摄影基础技能实训与测试。	至少能同时满足一个班级学生,人均一台同时进行实训和测试需求。
		专业摄影棚及配套器材	2 套	满足进行大件商品摄影的教学、实训和测试。	能满足大件商品、人像模板摄影教学、实训和测试需求。
		静物摄影台及配套器材	10 套	满足进行小件商品摄影的教学、实训和测试。	建议至少配置 10 套小件商品摄影台及配套器材。满足 4-5 人以小组的拍摄
		计算机	45 台	CPU: I5-7400 及以上。内存: 16GDDR4 及以上。硬盘: 固态 128G 及以上且最高传输读与写均在 3000MB/S 及以上。显卡: 独显 4GGTX1050TI 及以上。显示器: 1080P 及以上且色域达 100%及以上。	满足学生拍摄后完成修图实训
3	短视频和直播实训室	手机	45 台	满足拍摄短视频技能实训。	建议至少 10 台, 能同时满足一个班级学生 4-5 人一套设备。
		云台	45 个	能满足拍摄短视频稳定拍摄的作用。	
		镁光灯	10 套	满足直播间基础实训设施布置。	至少需要 4 套
		照明灯	10 套		
		移动笔记本	20 套	满足直播实训后台处理和助理。	建议至少 8 台, 一组 2 台。能同时满足一

				个班级学生同时 4 组训练。
	显示器	10 台	满足直播实训观察直播页面和提示词的实训。	至少需要 4 台

### (三) 教学资源

充分利用和开发课程教学资源。必修课程中的课程教材应优先选用国规和省编课改教材；要充分利用已遴选出的中职课改优秀校本教材、浙江省职业教育资源网中的教学资源来实施教学。鼓励教师开发有地方特色、学校教学需要的校本教材，满足选择性课改的课程资源需要。有效利用我校电子商务“温州市电商创业基地”丰富拓展教学活动。

#### 1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。必修课程中的课程教材原则上需选用“国规”和“省编”《走进电商》、《商品拍摄与图片处理》、《商品仓储物流》、《网店开设》、《网络营销》、《客户服务》、《网页设计与制作》课改教材。

鼓励教师开发体现地方特色、学校教学需要的跨境电商、农村电商等校本教材，充实课程资源，满足选择性课改的教学需要。目前已开发《电商美工基础》和《移动电商》两本校本教材。

#### 2. 数字教学资源配置基本要求

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

#### 3. 岗课赛证融通

积极主动联系企业，了解职业岗位(群)的能力要求，对接职业标准和工作过程，吸收行业发展的新知识、新技术、新工艺、新方法，专业课教材要对接主流生产技术，校企合作共同开发，充分体现岗位技能、通用技术等内容，教师团队要探索分工协作的模块化教学组织方式。

“赛”是课程教学的高端展示，要通过建立健全国家、省、校三级师生比赛机制，提升课程教学水平；

做到以岗定课；将 1+X 证书和其他职业资格证内容分解再融入课堂，将职业活动和个人职业生涯发展所需要的综合能力融入证书，拓展学生就业创业本领，缓解结构性就业矛盾。

#### (四) 教学方法

创新教育教学手段，充分发挥信息技术优势，实现信息技术与本专业的教学内容、教学方法、教学手段、教育评价的全面融合，实现基于技术的专业教学创新，从而调动学生学习的积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。如推行翻转课堂、三微教学，适应学生智能化学习。

有效利用我校门口

#### (五) 学习评价

##### 1. 成绩考核

从专业建设与人才培养角度，立足学生三年“入学-学习-考试-毕业”发展全过程，通过考试成绩来进行宏观监测与微观调整。

##### 2. 实习跟踪

从校企合作与人才输送的角度，遵从企业的规章制度入职实习的全过程，通过业绩来考核学生的专业实践能力。

## （六） 质量管理

### 1. 学分制

根据课程性质和教学目的，对不同课程采用不同的质量评价方式，并鼓励对学生获得的职业技能等级证书，高校单独考试招生的职业技能考试成绩，技能大赛获得奖项进行学分转化。

### 2. 证书检验

1+X 证书和其他相关正式是对应工作领域、工作任务及职业技能要求，也是检验学生掌握电子商务专业技能的依据。因此鼓励学生考取证书，并对证书通过率进行跟踪查验学习质量。

## 九、 毕业要求

### （一） 学分

总学分达到 800 分以上；实习和技能考核合格（实习学分达 72 分），德育考核合格（思想道德修养总学分达到 160 分以上）。

### （二） 职业资格证书

考取相关职业资格证书如：工信部的电子商务师（初级）、“1+X”网店运营推广（初级）、人社局电子商务师（初级），以上证书任选其一。

## 十、 附录

附件 1:2023 级电子商务专业实施性教学实施计划

附件 2-4:各专业课程标准

附件 1:2023 级电子商务专业实施性教学实施计划

2023 级电子商务专业实施性教学实施计划														
课程性质	课程类别	序号	课 程	总课时	学分	各学期分配周课时数分配						比例		
						一	二	三	四	五	六			
必修课程	公共基础课程	1	语文	320	16	4	4	4	4			36.59%		
		2	数学	320	16	4	4	4	4					
		3	英语	160	8	2	2	2	2					
		4	体育与健康	240	12	2	2	2	2	2	2			
		5	思想政治	160	8	2	2	2	2					
		6	艺术	40	2	1	1							
		7	信息技术	120	6	3	3							
		8	历史	80	4			2	2					
			小计		1440	72	18	18	16	16	2	2		
	核心课程模块	专业必修课	1	商品拍摄与图片处理	140	7	4	3					17.28%	
			2	网店开设	100	5			5					
			3	网页设计与制作	40	2	2							
			4	网络营销	160	8		4	4					
			5	客户服务	140	7	4	3						
			6	商品仓储物流	100	5			5					
			7	高考复习 1						5	5	5		
			8	高考复习 2						5	5	5		
			9	高考复习 3	240	12				4	4	4		
					小计		680	34	10	10	14	14		14
	个人素质养成课程		1	班会课	120	6	1	1	1	1	1	1	9.86%	
			2	劳动教育	80	1	1	1	1	1				
			3	课外活动课	80	1	1	1	1	1				
			4	职业人实践周	72	4								
			5	军训	36	2								
	选修课程	限定选修模块	专业方向课程包	1	语文拓展课程	560	2	2	2	2	2	10	10	33.23%
				2	数学拓展课程	560	2	2	2	2	2	10	10	
				3	英语拓展课程	80	2	2	2					
				4	新混改产教融合课程	36	2							
5				礼商素养实践周课程	36	2								
6				文化跑操课程	36	2								
			小计		1308	12	6	6	4	4	20	20		
自主选修模块			1	大礼文化节	40	2							3.05%	
			2	瓯匠/温商文化节	40			2						
			3	社会实践	40					2				
				小计		120	2	0	2	0	2	0		0
总课时数				3936	120	37	39	37	39	37	37	100%		

附件 2:《商品拍摄与图片处理》专业课程标准

## 《商品拍摄与图片处理》课程标准

### 一、课程基本信息

(一) 课程名称: 商品拍摄与图片处理

(二) 课程性质: 专业基础课程

(三) 课程类别: 理实一体化课程

(四) 开设学期: 第一、二学期

(五) 学时学分: 总课时 140; 学分 7

### 二、课程性质与任务

#### (一) 课程性质

《商品拍摄与图片处理》是省课改教材的必修课程。本书贯彻“以能力为本位，以就业为导向”的职业教育办学方针，以满足学生和社会需求为目标的编写指导思想，充分体现“做中学，学中做”的职业教育理念。结合电子商务企业实际要，职业资格认定及中高职衔接基础要求，通过任务引领，整合了商品拍摄、商品图片基本处理、网店基本模块设计与制作等企业相关工作岗位内容，根据职业学校学生的认知特点和学生职业生涯发展的需要，通过企业提供的各种岗位实际案例进行项目教学，使学生能拍摄、懂设计、会文案，从而掌握商品拍摄与网店美工的工作能力。

#### (二) 课程任务

本书包含 7 个项目，每个项目有项目概述、项目实施流程和项目实施步骤;每个项目通过若干任务来实施，以任务描述介绍任务背景，以任务目标明确学习目标;每个任务再通过若干个活动具体实施，通过活动背景、活动步骤、活动实施将具体案例以学生活动方式进行介绍，并以操作贴士和知识链接来辅助学习。任务结束后还有任务拓展和任务评价，便于学生巩固所学知识和技能。

### 三、课程要求与目标

#### (一) 课程要求

这门课程是电子商务的一门主干专业课程。学好这门课学生能掌握必需图片处

理能力，为以后学习打下的基础。学生通过本课学习能够掌握拍摄、图片处理和文案设计，能够将图片设计与拍摄图片的能力应用于网页设计，而文案的设计能够为网络营销打下良好基础，使得电商系列课程融会贯通。同时作为一门高考科目，每个项目的学习目标以高考考纲为基础，以提升技能点为特色学习。

## （二）课程目标

### 1.知识目标

- 了解商品拍摄基本方法；
- 掌握图片处理的基本知识和方法；
- 了解淘宝店铺美工处理各个模块所需内容和设计要点。

### 2.能力目标

- 能使用拍摄工具对商品进行拍摄；
- 学会利用图片处理软件来处理图片；
- 能够利用 Photoshop 进行淘宝店铺装修；

### 3.素质目标

- 具有电商美工的设计思维；
- 具有基础的营销思维
- 富有**匠匠精神**：在设计过程中执着专注、精益求精、追求卓越的效果
- 具有具有能吃苦能创业的**温商精神**；
- 具有团队协作精神和良好的交流能力；

#### 四、课程结构与进度安排

学习章节	项目一 拍摄网店商品		学时数：18
学习目标	1.了解相机、照明设备和辅助拍摄器材的选择 2.掌握纯色背景、具体场景下不同商品的拍摄及构图技巧		
学习内容	知识点	技能点	
	1.了解商品的类别和摄影棚的摄影设备与器材; 2.掌握纯色背景下反光体的拍摄方法和技巧; 3.掌握纯色背景下透光体的拍摄方法和技巧; 4.学会场景的布置技巧; 5.掌握具体场景中商品拍摄的构图技巧;	1.能根据商品的具体特征进行纯色背景的拍摄 2.能根据商品的具体特征进行不同背景的拍摄	
学习章节	项目二：商品图片处理		学时数：17
学习目标	1.掌握调整图片色彩、大小的方法 2.掌握处理瑕疵图片、商品抠图的方法 3.了解色差问题对网店的影响		
学习内容	知识点	技能点	
	1.了解处理色彩问题、瑕疵图片、商品图片抠图以及图片尺寸大小和文档大小的调整思路和要点; 2.掌握处理色彩问题、瑕疵图片、商品图片抠图操作方法和技巧; 3.掌握图像大小和画布大小等工具的操作方法和技巧;	1.能运用“色阶”“曲线”以及“色相 / 饱和度”等命令,进行色彩问题图片的调整操作。 2.能运用“修补工具”“自由变换”命令等工具进行瑕疵问题图片的调整操作。 3.能运用“选框工具”“套索工具”“魔棒工具”“钢笔工具”等进行抠图操作。 4.能运用“图像大小”“裁剪”“画布大小”等工具,进行图片大小的修改,并能有效地运用到网店装修中。	

<b>学习章节</b>	<b>项目三：商品主图设计与制作</b>		<b>学时数：14</b>
<b>学习目标</b>	了解商品主图 掌握制作商品主图的相应工具的功能和使用方法		
<b>学习内容</b>	<b>知识点</b>	<b>技能点</b>	
	1.了解商品主图设计的工作流程和工作内容; 2.理解商品主图的设计思路 and 要点; 3.了解商品主图的制作方法和技巧; 4.了解广告主图设计的工作流程和工作内容; 5.理解广告主图的设计思路 and 要点;	1.能根据商品本身的特点设计商品主图; 2.能运用“钢笔工具”“文字工具”“图层”面板等工具制作商品主图。 3.能根据商品特征和促销意图设计商品广告主图; 4.能运用“钢笔工具”“文字工具”“蒙版工具”等制作商品主图。	
<b>学习章节</b>	<b>项目四：商品详情页设计与制作</b>		<b>学时数：24</b>
<b>学习目标</b>	了解商品详情页 理解不同商品信息描述、卖点、展示等模块 掌握制作商品详情页的相应工具的功能和使用方法		
<b>学习内容</b>	<b>知识点</b>	<b>技能点</b>	
	1.了解详情页设计的工作流程和工作内容; 2.了解详情页海报、商品信息模块、商品卖点、商品展示模块制作方法和技巧; 3.理解详情页海报、商品信息模块、商品卖点、商品展示模块的设计思路 and 要点;	1.能根据商品的风格 and 特点设计详情页海报、商品信息模块、商品展示模块; 2.能运用“图层样式”“图层混合模式”“文字变形”等功能制作详情页海报。 3.能运用图层组、图层的对齐 and 分布、图层的合并等制作商品信息模块。 4.能运用“剪贴蒙版”“橡皮擦工具”“文字工具”等制作商品卖点模块。 5.能运用“缩放工具”“抓手工具”等制作商品展示模块。 6.能运用“缩放工具”“抓手工具”等制作商品展示模块。	

学习章节	项目五：网店店招设计与制作	学时数：12
学习目标	了解网店标志、店招 掌握制作店招的相应工具的功能和使用方法	
学习内容	知识点	技能点
	1.了解网店标志设计的工作流程和工作内容; 2.理解网店标志的设计思路 and 要点; 3.了解网店标志的制作方法和技巧; 4.了解店招设计的工作流程和工作内容; 5.理解店招的设计思路 and 要点; 6.了解店招的制作方法和技巧;	1.能根据网店的运营方向和装修风格设计网店标志; 2.能运用“画笔工具”“铅笔工具”“标尺”“参考线”等制作网店标志。 3.能根据网店的运营方向和装修风格设计网店店招; 4.能运用“矩形工具”“多边形工具”“自定形状工具”等制作网店店招。
学习章节	项目六：网店海报设计与制作	学时数：17
学习目标	了解网店海报 掌握制作店招的相应工具的功能和使用方法	
学习内容	知识点	技能点
	1.了解商品推广海报设计的工作流程和工作内容; 2.理解商品推广海报的设计思路 and 要点; 3.了解商品推广海报的制作方法和技巧; 4.了解活动促销海报设计的工作流程和工作内容; 5.理解活动促销海报的设计思路 and 要点; 6.了解网店活动促销海报的制作方法和技巧;	1.能根据商品的特征和网店的装修风格设计商品推广海报; 2.能运用“钢笔工具”“椭圆选框工具”“加深工具”等制作商品推广海报。 3.能根据促销的目的和网店的装修风格设计网店活动促销海报; 4.能运用“滤镜”“多边形工具”“直接选择工具”等设计网店的促销活动海报。

学习章节	项目七：移动端网店图片设计与制作		学时数：20
学习目标	掌握制作移动端网店店招、海报的方法 了解微淘海报设计 理解移动端商品展示要点		
学习内容	知识点	技能点	
	1.了解移动端网店首页设计的工作流程和工作内容; 2.理解移动端店招、海报的设计思路和要点; 3.了解移动端商品详情页与计算机端商品详情页的区别; 4.了解移动端商品详情页设计的工作流程和工作内容; 5.理解移动端商品详情页的设计思路和要点;	1.能根据具体需要设计移动端店招、海报、微淘广播; 2.能根据商品特征和网店装修风格设计移动端商品详情页; 3.能熟练运用 Photoshop 软件制作移动端商品详情页。	

## 五、课程实施建议

### （一）教学方法

四阶段教学法：由“准备”、“教师示范”、“学生临摹”和“学生创造”四步构成。教师对每次工作任务进行详细讲解或做出示范，再由学生对教师的行动进行模仿，最后能独立设计与制作。

情境创设法：教师向学生模拟情景，提出问题，学生以问题作为导线完成工作计划的制定并最终完成整个任务。

项目教学法：有效结合校内“大礼文化节”、“瓯匠文化节”、“温商文化节”等活动，将其以项目的形式交给学生合作完成其中的美工岗位实践。

### （二）考核方式

评价方式：为了调动学生自主学习本门课程的积极性，全面掌握学生对该门课程的学习动态，建立以综合技能考核为主线的全过程考核体系。

#### 1.考核时间的全程化

在学期学习过程中，从课堂学习的第一天开始直至期末考试结束后的时间内，每

一阶段都对学生进行阶段性考核，以加强对学生自主学习的引导；辅以我校“大礼文化节”、“瓯匠文化节”、“温商文化节”或“‘新混改’产教融合”系列项目化课程，作为附加考核，考核优秀者给予一定的附加分。

## 2.考核空间的全程化

考核的空间突破传统的教室内考核，内容包括上课提问考核.课后作业考核.小组活动情况记录考核.笔试考核等。

本课程按照百分制进行考核。根据课程的特点，在课程总成绩评定中，平时考核占 40%，期中考核占 30%，期末考核占 30%。；

表 1《商品拍摄与图片处理》课程考核方式及标准

评价方式		评价条目	比例及要求		
学分评价	过程评价	平时表现	学习态度	10%	达到 60 分及以上方为合格
			作业	10%	
		实践项目	课内实践	10%	
			综合实践	10%	
	综合考核		期中考核	30%	
			期末考核	30%	
	附加项目		项目参与度	40%	额外附加上限 15 分
			项目完成度	60%	

### （三）产教融合培养

利用沿街 22 间门店优势，引进多家校企合作战略伙伴，深度与电商美工部门以及拍摄部分进行课程研究探讨，变基于学科逻辑体系的一般课程为基于岗位能力的项目实战课程，变一般科班教师授课为**双师同堂共导**。

### （四）校本教材编写

注重课程资源和现代化教学的开发和利用，积极获取慕课，国家或者省境平课程等资源，自主开发和更新专业特色活页式教材，力求内容贴合学生实际认知，使之形成师生通用的辅助工具。

附件 3:《网店开设》专业课程标准

## 《网店开设》课程标准

### 一、课程基本信息

- (一) 课程名称: 网店开设
- (二) 课程性质: 专业基础课程
- (三) 课程类别: 理实一体化课程
- (四) 开设学期: 第三学期
- (五) 学时学分: 总课时 100; 学分 5

### 二、课程性质与任务

#### (一) 课程性质

《网店开设》是中职电子商务专业核心课程,立足于网店开设能力的培养,对课程内容作了根本性改革,打破以知识为主线的传统课程模式,转变为以业务流程为主线的任务引领型课程模式。以开设网店过程为情境,序化教学任务,整合项目模块,突出商品管理、网店装修、网店交易及手机店铺的开设等技能点的训练,使学生在完成具体任务的过程中构建相关理论知识,并发展其职业能力。

#### (二) 课程任务

全书共分为六个项目,其中项目 1 网店准备是导入项目,使学生能选择合适平台开设网店、确定店铺商品,使其基本认识网店开设的前期准备;项目 2 网店认证,让学生完成支付宝实名认证和开通免费网店;项目 3 网店装修着重训练学生美化店铺的技能以达到吸引消费者眼球、成功促销的目的;项目 4 网店开业训练学生店铺商品管理能力;通过项目 5 网店交易的学习学生能及时熟练地处理交易过程中的各种订单,以确保交易的正常进行。项目 6 手机店铺的开设是拓展项目,学生会通过手机网店平台开设手机店铺。

### 三、课程要求与目标

#### (一) 课程要求

通过本课程的学习和实践，突出对商品管理、网店装修、网店交易及手机店铺的开设等技能点的训练,使学生系统掌握网店开设的基本知识和基本技能。构建学生实训实习或自主创业时网店开设必须具备的能力。培养团队协作、获取新知识的能力，对电子商务专业学生职业能力和职业素养的养成起主要支撑作用。

## （二）课程目标

### 1.知识目标

- ☑了解网店开设的前期准备 ；
- ☑理解网店认证的步骤和要求；
- ☑掌握店铺风格的选择和店铺各模块的装修设计；
- ☑理解网店交易的过程及处理订单的方法；
- ☑理解手机店铺的开设和商品管理。

### 2.能力目标

- ☑能够分析商品特征挑选出优势商品；
- ☑能够成功开设网店并进行店铺装修；
- ☑能够进行有效的商品管理和处理交易过程中的各种订单；
- ☑能够运用手机店铺平台，进行手机店铺的开设和管理。

### 3.素质目标

- ☑具有良好的商业道德和法律意识，遵守网店经营的法律法规；
- ☑具有较强的团队协作能力和沟通能力，能够与买家、卖家以及其他相关人员进行有效的沟通和协作；
- ☑具有电商的设计思维和营销理念；
- ☑富有**匠匠精神**：在设计过程中执着专注、精益求精、追求卓越的效果
- ☑具有具有能吃苦能创业的**温商精神**；

## 四、课程结构内容与进度安排

<b>学习章节</b>	<b>项目一 网店准备</b>		<b>学时数：12</b>
<b>学习目标</b>	1.理解分析竞争对手的步骤 2.理解挑选优势商品的步骤 3.寻找稳定优质的货源		
<b>学习内容</b>	<b>知识点</b>	<b>技能点</b>	
	1.了解开设网店前的各项准备 2.了解适合网络营销的产品 3.掌握寻找货源的途径	1.会利用市场营销、网络营销相关工具展开市场调查、分析目标市场 2.能够运用所学知识挑选出优势商品 3.能利用线上和线下的手段建立自己的采购渠道	
<b>学习章节</b>	<b>项目二：网店认证</b>		<b>学时数：12</b>
<b>学习目标</b>	1.了解淘宝注册准备 2.掌握支付宝绑定信息及手机端支付宝安全防护 3.了解淘宝开店认证方式及企业账户与个人账户的区别 4.掌握店铺的基础设置		
<b>学习内容</b>	<b>知识点</b>	<b>技能点</b>	
	1.了解注册淘宝会员名的注意事项 2.了解淘宝会员名与淘宝登录名的区别 3.熟悉店铺设置的主要内容	1.能用手机号或邮箱注册淘宝会员名 2.能通过开店认证，开通免费店铺	
<b>学习章节</b>	<b>项目三：网店装修</b>		<b>学时数：24</b>
<b>学习目标</b>	1.掌握店铺风格的选择、店招的设计 2.理解店铺配色技巧与方案 3.了解店铺首页布局结构及常见首页布局形式 4.理解店铺页面常用模块的功能及轮播图片常见用途 5.了解常见的首屏格局形式及了解店铺页尾设计		
<b>学习内容</b>	<b>知识点</b>	<b>技能点</b>	

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉店铺装修模板的编辑流程</li> <li>2. 熟悉店铺页面布局的框架和结构形式</li> <li>3. 熟悉常用的店铺页面布局板式和特点</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能根据店铺的风格选择合适的装修模板</li> <li>2. 能根据店铺风格设置合适的模板配色和页面背景</li> <li>3. 能结合店铺的特征对店铺的页面进行合理的布局设计</li> </ol>
<b>学习章节</b>	<b>项目四：网店开业</b>	<b>学时数：20</b>
<b>学习目标</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握宝贝分类方法、宝贝描述的编写方法和内容</li> <li>2. 理解宝贝标题查找和编写技巧</li> <li>3. 理解宝贝主图的基本要求及上传要点</li> <li>4. 掌握运费模板的设置</li> <li>5. 了解物流包装要求</li> </ol>	
<b>学习内容</b>	<b>知识点</b>	<b>技能点</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解详情页设计的工作流程和工作内容;</li> <li>2. 了解详情页海报、商品信息模块、商品卖点、商品展示模块制作方法和技巧;</li> <li>3. 理解详情页海报、商品信息模块、商品卖点、商品展示模块的设计思路和要点;</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能精准选择宝贝类目、设计宝贝标题</li> <li>2. 能编辑有吸引力的宝贝描述</li> <li>3. 会根据宝贝具体情况设置物流及其他信息</li> </ol>
<b>学习章节</b>	<b>项目五：网店交易</b>	<b>学时数：16</b>
<b>学习目标</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 理解常见物流企业</li> <li>2. 了解处理退货退款时的注意事项</li> <li>3. 了解利用淘宝助理批量好评</li> <li>4. 了解应对危机管理</li> <li>5. 理解淘宝贷款规则及理解转账产品收费规则法</li> </ol>	
<b>学习内容</b>	<b>知识点</b>	<b>技能点</b>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握商品的改价流程</li> <li>2. 了解常见的物流企业</li> <li>3. 掌握交易评价的程序</li> <li>4. 能熟练操作支付宝平台进行资金运转</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 学会商品备注栏目的使用</li> <li>2. 能够运用淘宝助理进行批量发货</li> <li>3. 了解常用的支付宝商家服务功能</li> </ol>
<b>学习章节</b>	<b>项目六：手机店铺开设</b>	<b>学时数：16</b>
<b>学习目标</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解手机店铺的优劣势</li> <li>2. 理解店铺首页主要内容</li> <li>3. 了解手机淘宝发货流程</li> </ol>	
<b>学习内容</b>	<b>知识点</b>	<b>技能点</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解经营手机网店的主要平台</li> <li>2. 掌握开通手机店铺的基本流程</li> <li>3. 了解选择店铺模板的方式</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 会进行店铺的基本信息设置</li> <li>2. 会用手机网店提供的工具装修店铺</li> <li>3. 会管理店铺宝贝</li> </ol>

## 五、课程实施建议

### （一）教学方法

**案例教学法：**通过引入真实的案例，让学生了解网店开设的实际情况，从而更好地掌握相关知识和技能。教师可以选取一些成功的网店案例，引导学生分析其成功的原因、经营策略、产品选择等方面，从而让学生更好地了解网店开设的全貌。

**任务驱动法：**教师设计实际的网店开设任务，让学生在完成任务的过程中掌握相关知识和技能。同时，教师还可以引导学生进行小组讨论和交流，促进学生的互动和合作。

**项目教学法：**教师将任务向学生公布，有效结合校内“大礼文化节”、“瓯匠文化节”、“温商文化节”活动，将其以项目的形式交给学生合作完成其中的美工岗位

实践。

## （二）考核方式

评价方式：为了调动学生自主学习本门课程的积极性，全面掌握学生对该门课程的学习动态，建立以综合技能考核为主线的全过程考核体系。

### 1.考核时间的全程化

在学期学习过程中，从课堂学习的第一天开始直至期末考试结束后的时间内，每一阶段都对学生进行阶段性考核，以加强对学生自主学习的引导；辅以我校“大礼文化节”、“瓯匠文化节”、“温商文化节”或“‘新混改’产教融合”系列项目化课程，作为附加考核，考核优秀者给予一定的附加分。

### 2.考核空间的全程化

考核的空间突破传统的教室内考核，内容包括上课提问考核、课后作业考核、小组活动情况记录考核、笔试考核等。

考核要求具体说明：

本课程按照百分制进行考核。根据课程的特点，在课程总成绩评定中，平时考核占 40%，期中考核占 30%，期末考核占 30%。

### 《网店开设》课程考核方式及标准

评价方式		评价条目	比例及要求	
学分评价	过程评价	学习态度	10%	达到 60 分及以上方 为合格
		平时表现	10%	
		作业	10%	
		实践项目	10%	
	综合考核	课内实践	10%	
		综合实践	10%	
	附加项目	期中考核	30%	
		期末考核	30%	
附加项目	项目参与度	40%	额外附加上限 15 分	
	项目完成度	60%		

## （三）产教融合培养

利用沿街 22 间门店优势，引进多家校企合作战略伙伴，深度与电商运营部门进行课程研究探讨，变基于学科逻辑体系的一般课程为基于岗位能力的项目实战课程，变一般科班教师授课为**双师同堂共导**。

#### **（四）校本教材编写**

注重课程资源和现代化教学的开发和利用，积极获取慕课，国家或者省境平课程等资源，自主开发和更新专业特色活页式教材，力求内容贴合学生实际认知，使之形成师生通用的辅助工具。

附件 4:《客户服务》专业课程标准

## 《客户服务》课程标准

### 一、课程基本信息

- (一) 课程名称: 客户服务
- (二) 课程性质: 专业基础课程
- (三) 课程类别: 理实一体化课程
- (四) 开设学期: 第一、二学期
- (五) 学时学分: 总课时 140; 学分 7

### 二、课程性质与任务

#### (一) 课程性质

《客户服务》是省课改教材的必修课程。本书根据中职生需掌握的电商企业客户服务技能特点,结合电子商务企业实际需要、职业资格认定及中高职衔接基础要求,整合了接待准备、售前咨询、售后服务等企业相关工作内容,根据企业网络销售客服、售后客服和客户关怀等相关岗位的职能与要求,通过企业的各种岗位实际案例进行项目教学,使学生明确客户服务岗位在电子商务营销中的作用,掌握电子商务活动中客户服务的各项通用技能,具备分析和解决客户服务实际问题的能力,对电子商务专业学生职业能力培养和职业素养的养成起重要支撑作用。

#### (二) 课程任务

本书包含 6 个项目,每个项目有项目概述、项目实施流程和项目实施步骤;每个项目通过若干任务来实施,以任务描述介绍任务背景,以任务目标明确学习目标;每个任务再通过若干个活动具体实施,通过活动背景、活动步骤、活动实施将具体案例以学生活动方式进行介绍,并以操作贴士和知识链接来辅助学习。任务结束后还有任务拓展和任务评价,便于学生巩固所学知识和技能。整本书以丰富的客服岗位案例牵引知识和技能进行展开,生动形象,紧密结合实际,有助于提高学生的学习兴趣。

### 三、课程要求与目标

#### (一) 课程要求

通过本书的学习，学生可达到以下学习目标：能够熟练地运用阿里旺旺、千牛平台等在线沟通工具回答客户咨询的问题，并能恰当地进行自我心理调节和情绪控制；能够吸引新老客户，促进下单和付款；能有效化解客户的抱怨、异议，灵活应对各种投诉；能处理好退换货问题，以及利用 CRM 系统挖掘客户价值，对客户能够进行分类和关系维护等。

## （二）课程目标

### 1.知识目标

- 认识客服工作岗位、企业文化；
- 熟悉客服的工作内容；
- 了解客户类型和不同心理特征。

### 2.能力目标

- 能够吸引新老客户，促进下单和付款；
- 能有效化解客户的抱怨、异议，灵活应对各种投诉；
- 能处理好退换货问题；
- 利用 CRM 系统挖掘客户价值，对客户能够进行分类和关系维护

### 3.素质目标

- 具有客户服务的营销观念；
- 具有基础的营销思维；
- 富有**匠匠精神**：在设计过程中执着专注、精益求精、追求卓越的效果
- 具有具有能吃苦能创业的**温商精神**；
- 具有团队协作精神和良好的交流能力；

## 四、课程结构内容与进度安排

学习章节	项目一 接待准备	学时数：20
学习目标	(1) 了解客服岗位的排班和绩效考核等信息 (2) 理解在线交易平台活动规则知识 (3) 理解客服人员应具备的素养及培养方法 (4) 掌握客服人员常见的心态问题和调整心态的方法	

学习内容	知识点	技能点
	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 了解企业文化的含义、企业组织架构</li> <li>(2) 了解客服的分类、服务流程和岗位职能</li> <li>(3) 了解产品信息的获取途径和作用</li> <li>(4) 了解客服工作时段,排班安排,销售绩效统计等信息</li> <li>(5) 熟悉网店客服平台规则知识,能够创建企业产品常见问答表</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 能够使用阿里旺旺、千牛平台、腾讯 QQ 等常用的在线客服聊天工具</li> <li>(2) 能够运用方法调整心态</li> </ul>
学习章节	项目二：售前咨询	
	学时数：22	
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 了解客户购买心理的分析技巧及应对策略</li> <li>(2) 掌握客服所需的常用快捷短语和 FAQ 内容</li> <li>(3) 了解应答客户咨询的礼貌用语</li> </ul>	
学习内容	知识点	技能点
	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 了解客户常见的购买心理</li> <li>(2) 了解不同类型的网店客户</li> <li>(3) 了解准备常用快捷短语和 FAQ 内容的技巧</li> <li>(4) 了解客服常用的快捷短语</li> <li>(5) 了解应答客户咨询的礼貌用语</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 掌握利用千牛平台等工具设置 FAQ 的技能</li> <li>(2) 能够运用客户咨询解答技巧应答客户咨询</li> <li>(3) 能够快速、有效解答客户问题</li> <li>(4) 掌握客户咨询解答的技巧</li> <li>(5) 能够运用应对策略接待客户</li> <li>(6) 掌握客户购买心理的分析技巧</li> </ul>
学习章节	项目三：售中沟通	
	学时数：26	

学习目标	(1) 掌握与客户沟通的技巧，探知客户的需求 (2) 掌握促使客户快速付款和指引新手客户付款的技巧 (3) 了解如何吸引客户 (4) 了解订单物流信息内容	
学习内容	知识点	技能点
	(1) 了解吸引新客户的方法 (2) 了解吸引老客户的方法 (3) 了解订单完整信息内容 (4) 掌握订单信息修改技巧 (5) 了解物流信息内容	(1) 能够针对新老客户的不同，使用不同的促单技巧促成新老客户下单 (2) 掌握根据客户要求来确认和修改订单的技巧 (3) 掌握指导客户完成在线付款的技能
学习章节	<b>项目四：售后服务</b>	<b>学时数：28</b>
学习目标	(1) 掌握客户物流查询技巧 (2) 了解货物延迟和到货情况查询 (3) 了解换货产生原因、常用方法和沟通技巧 (4) 了解退货产生原因、常用方法和沟通技巧	
学习内容	知识点	技能点

	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 了解货物延迟情况分类, 应对不同的货物延迟情况</li> <li>(2) 了解货物到货后发生情况分类, 并掌握应对技巧</li> <li>(3) 了解换货产生原因</li> <li>(4) 了解换货常用方法</li> <li>(5) 了解退货产生原因</li> <li>(6) 了解退货常用方法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 掌握货物延迟、到货情况的应对方法</li> <li>(2) 能够正确应答客户关于物流查询、货物延迟和到货的问题</li> <li>(3) 能够正确应答客户关于换货的问题</li> <li>(4) 能够正确应答客户关于退货的相关问题</li> </ul>
<b>学习章节</b>	<b>项目五：投诉处理</b>	<b>学时数：24</b>
<b>学习目标</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 了解客户投诉的种类与原因</li> <li>(2) 掌握客户投诉心态分类</li> <li>(3) 了解客户投诉处理流程与应对方法</li> </ul>	
<b>学习内容</b>	知识点	技能点
	<ul style="list-style-type: none"> <li>(2) 了解客户投诉的原因</li> <li>(3) 了解客户投诉的处理技巧</li> <li>(4) 了解客户投诉的心理</li> <li>(5) 了解客户投诉的类型</li> <li>(6) 了解正确处理客户投诉的意见</li> <li>(7) 了解客户投诉的处理流程</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 掌握投诉的处理方式与技能</li> <li>(2) 掌握投诉应对的策略方法</li> <li>(3) 掌握处理客户投诉的技能</li> <li>(4) 能够运用技巧处理客户投诉</li> <li>(5) 能够处理投诉中的争议</li> </ul>
<b>学习章节</b>	<b>项目六：客户关系维护</b>	<b>学时数：20</b>
<b>学习目标</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 了解客户流失原因</li> </ul>	

	(2) 了解挽回流失客户的技巧 (3) 掌握梳理活动后期客户信息的技巧 (4) 掌握客户分类方法	
学习内容	知识点	技能点
	(1) 了解客户回访的时间和方式 (2) 了解客户的常见分类, 能根据不同的客户类型合理运用回访沟通技巧 (3) 了解梳理客户常规信息的内容 (4) 了解常见的客户流失的原因 (5) 了解常用的 CRM 系统	(1) 能够制定回访单时间、方式, 使用 EXCEL 梳理客户常规信息和活动后期信息 (2) 能够分析客户流失原因 (3) 能够运用 CRM 系统进行客户管理、挖掘有价值客户 (4) 能够根据不同的客户类型合理运用回访沟通技巧

## 五、课程实施建议

### (一) 教学方法

**四阶段教学法:** 由“准备”、“教师讲解”、“情景导入”和“学生实践”四步构成。教师对每次工作任务进行详细讲解, 再由学生根据任务要求, 最后能独立完成客服任务。

**情境创设法:** 教师向学生模拟情景, 提出问题, 学生以问题作为导线完成客服工作任务, 最终解决客户问题做好记录。

**项目教学法:** 教师将任务向学生公布, 有效结合校内“大礼文化节”、“瓯匠文化节”、“温商文化节”活动, 将其以项目的形式交给学生合作完成其中的客户服务岗位实践。

## （二）考核方式

评价方式：为了调动学生自主学习本门课程的积极性，全面掌握学生对该门课程的学习动态，建立以综合实践与理论考试考核为主线的全过程考核体系。

### 1.考核时间的全程化

在学期学习过程中，从课堂学习的第一天开始直至期末考试结束后的时间内，每一阶段都对学生进行阶段性考核，以加强对学生自主学习的引导；辅以我校“大礼文化节”、“瓯匠文化节”、“温商文化节”或“‘新混改’产教融合”系列项目化课程，作为附加考核，考核优秀者给予一定的附加分。

### 2.考核空间的全程化

考核的空间突破传统的教室内考核，内容包括上课提问考核.课后作业考核.小组活动情况记录考核.笔试考核等。

考核要求具体说明：考核方式与成绩构成

本课程按照百分制进行考核。根据课程的特点，在课程总成绩评定中，平时考核占 40%，期中考核占 30%，期末考核占 30%。；

### 《客户服务》课程考核方式及标准

评价方式		评价条目	比例及要求		
学分评价	过程评价	平时表现	学习态度	10%	达到 60 分及以上方为合格
			作业	10%	
		实践项目	课内实践	10%	
			综合实践	10%	
	综合考核	期中考核	30%		
		期末考核	30%		
	附加项目	项目参与度	40%	额外附加上限 15 分	
		项目完成度	60%		

### **（三）产教融合培养**

利用沿街 22 间门店优势，引进多家校企合作战略伙伴，深度与电商美工部门以及拍摄部分进行课程研究探讨，变基于学科逻辑体系的一般课程为基于岗位能力的项目实战课程，变一般科班教师授课为**双师同堂共导**。

### **（四）校本教材编写**

注重课程资源和现代化教学的开发和利用，积极获取慕课，国家或者省境平课程等资源，自主开发和更新专业特色活页式教材，力求内容贴合学生实际认知，使之形成师生通用的辅助工具。