

职教金课证明材料

专 业： 电子商务

课程名称： 网店运营与管理

山西运城农业职业技术学院

二〇二三年九月

目 录

1. 人才培养方案
2. 课程标准
3. 教案
4. 授课计划
5. 专业教学任务下达情况教务系统截图
6. 近两学期学生成绩
7. 近两个学期评教情况
8. 考试试卷及答案
9. 教材选用情况
10. 教学设计
11. 政审意见
12. 学术性评价意见
13. 其他材料

山西运城农业职业技术学院

专业人才培养方案



系（部）： 经贸管理系

专业名称： 电子商务

专业代码： 530701

专业负责人： 王 静

二〇二二年六月

目 录

一、专业名称（专业代码）	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标	4
六、培养规格	4
（一）素质	4
（二）知识	5
（三）能力	6
七、课程设置及要求	6
（一）高职思政课要求	6
（二）课程思政要求	7
（三）课程设置	10
（四）课程体系结构	23
八、教学进程总体安排	24
（一）学时安排基本要求	24
（二）教学进程表见课程设置与教学时间安排表	24
（三）教学课时结构分析表	24
（四）本专业学时实际安排说明	26
九、实施保障	27
（一）师资队伍	27

(二) 教学设施	30
(三) 教学资源保障	31
(四) 教学方法	31
(五) 教学评价	32
(六) 质量管理	36
十、毕业要求	45
十一、主要接续专业	46
十二、编制依据	46
十三、编制单位与人员	47
十四、附件	47
(一) 电子商务专业人才需求调研报告	48
(二) 成立电子商务专业建设指导委员会	53
(三) 电子商务专业人才培养方案修订总结报告	42
(四) 学分认定和转换实施办法（试行）	58
(五) 电子商务专业人才培养方案审核表	66
(六) 教学进程变更审批表	67

山西运城农业职业技术学院

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学要求

符合山西省普通高校招生报名条件的应、往届普通高中毕业生、中职（含中专、技工学校、职业高中）等。

三、修业年限

学 制：3 年

学 历：专科

四、职业面向

本专业毕业生主要面向批发行业、零售业、互联网和相关服务业，从事商城运营、网店运营、网络营销策划、企业网站推广、网页设计、客户服务等工作。同时增加 1+X 证书中的学习内容，能够让学生更加深入、综合地运用专业技能知识，更加注重培养学生的专业技能实际运用能力，有助于增强学生的就业能力。具体的专业职业能力一览表见表 1。

表1 本专业职业面向

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位群或技术领域举例
财经商贸大类(63)	电子商务类(6308)	批发业(51)	销售人员(4-01-02)	运营推广 客服专员 网页美工 网站维护
财经商贸大类(63)	电子商务类(6308)	零售业(52)	商务咨询服务人员(4-07-02)	
财经商贸大类(63)	电子商务类(6308)	互联网和相关服务(64)	专业化设计服务人员(4-08-08)	

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具备一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握摄影、网店推广与运营、新媒体营销、数据分析、图像处理、客户服务与管理等知识和技术技能，能够从事电子商务领域的高素质技术技能人才。

六、培养规格

由素质、知识、能力三个方面的要求组成。

(一) 素质

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

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

3.具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

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

5.具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

6.具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

（二）知识

1.掌握马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

2.了解电子商务概论的知识和基本方法。

3.了解网店推广的工作原理与站内、外推广的基本技能。

4.掌握摄影的理论知识，熟练操作摄影设备。

5.理解网店设计的理念宗旨，设计出符合产品和品牌定位的店铺。

6.掌握图像、视频的处理方法技巧。

7.掌握物流打包、发货的流程。

8.掌握客户服务与管理的基本方法。

（三）能力

- 1.具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
- 2.良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
- 3.理解新媒体营销概念、氛围及其应用等多方面知识。
- 4.了解网站设计知识和基本方法。
- 5.培养学生图像处理、视频剪辑的能力。
- 6.培养学生网店推广的能力。
- 7.培养学生交流沟通的能力。
- 8.培养学生良好的创新意识，并初步具备从事网店经营与管理的能力和解决问题的能力。

七、课程设置及要求

（一）高职思政课要求

根据中央和教育部的要求，我院开设“思想政治理论课”必修课程为“思想道德与法治”“毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论”“形势与政策”，围绕“四史教育”开设选择性必修课程，同时根据学生实际需求，开设健康与安全教育、中华优秀传统文化等系列选修课程。

思政课的设置旨在用马克思主义科学理论铸魂育人，以增强学生的使命担当为核心，引导学生系统掌握马克思主义基本原理和马克思主义中国化理论成果，深刻领会习近平新

时代中国特色社会主义思想，培养运用马克思主义立场观点方法分析和解决问题的能力，注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、培养奋斗精神，提升学生综合素质，为中国特色社会主义事业培养更多全面发展的合格建设者和可靠接班人。

（二）课程思政要求

1. 高职文化课程思政要求

体育与健康课要把思政教育工作贯穿于体育教学的各个环节和方面，弘扬社会主义核心价值观，帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观。通过名人、名言、经典比赛案例厚植学生的爱国主义情怀，培养学生敢于拼搏，团结协作，吃苦耐劳，勇于担当的精神。

大学语文将立足新时代，坚持立德树人的根本任务，以传承中华优秀传统文化为课程核心，开展爱国主义、集体主义、社会公德教育，培养高尚的道德情操，弘扬反身修己的精神，注重人格美的培养，不断增强学生的文化自信。通过对各类文学作品的审美感悟，潜移默化地充实精神世界，在审美性、人文性、思维情操方面得到陶冶。

高职英语课程思政教育任务：通过语言文化的认知学习，能够理解、尊重世界多元文化，拓宽国际视野，增强国家认同感，坚定文化自信，树立中华民族共同体意识和人类命运

共同体意识。培养学生正确的世界观、价值观、人生观，使新时代大学生不崇洋媚外，有正确的价值取向，在日常生活和职场中能够有效进行跨文化交际，将中华优秀传统文化及优秀的职业技术用英语传递给世界。

中华优秀传统文化课程应将中国传统文化精髓融入学生心中，弘扬社会主义核心价值观，传播正能量，培养学生“天下兴亡，匹夫有责”的家国情怀，激发学生的国家认同感、民族自豪感与历史使命感，帮助学生树立文化自信，提高人文素养，促成学生思想境界的升华和健全人格塑造。

美育教育课程应弘扬社会主义核心价值观，帮助学生树立正确的审美观，培养学生高尚、健康的审美理想和审美情趣，让学生在审美欣赏和审美创造中陶冶情操、完善人格。

心理与健康教育关注学生心理健康品质的培养，立足学生的自我成长和人生发展，培养学生的综合素养与能力，促进学生在成长过程中学会选择，主动适应变化，厚植浓浓的爱国情怀，培育社会主义核心价值观，增强民族自豪感，自信心，为社会做出贡献，实现自我价值。

劳动教育课坚持立德树人，强化劳动教育与乡村振兴战略、职业素质培养、创新创业能力提升的联系，引导学生在家国情怀、使命担当和价值规范等方面的正确认知，将社会主义核心价值观融入血脉，培养学生树立正确的劳动价值观。

2.高职专业课思政要求

在专业课程中融入思政教育元素，发挥专业课程的思政教育作用，与思政理论课同向同行。根据电子商务专业的课程特点和教学内容，从社会主义核心价值观教育、爱国主义教育、诚信教育、法律意识教育、道德意识教育等五个方面进行课程思政内容的设计。

第一在日常上课方面，突出为人师表、以身作则、言传身教，潜移默化地进行职业素养、职业规范、工作纪律、责任意识等方面培养；第二在课程思政建设过程中，始终以知识传授与价值引领相结合的课程目标，充分挖掘课程中的思想政治教育资源，将思想政治教育自觉自主的融入到课程教学的各个环节，实现立德树人的根本目的。比如，在进行网络交易的课程教学时，由于交易双方互相不见面，商流、资金流、物流不同等原因，直接带来电子商务活动和交易过程中的诚信问题。诚信教育是大学生思想政治教育的重要内容，对人一生的工作生活及发展都非常重要，尤其是对于电子商务的从业者来说，更是具有不寻常的意义；第三在学生实践操作过程中又可以很好的将社会主义核心价值观、职业道德、工匠精神、经济效益、社会效益等思政元素融入其中。

总之，不论是从教学的内容，还是教师教学方法和手段，都需要融入思政元素，思政就是要贯穿中所有专业课程中，

才能使大学生树立新时代青年人正确的价值观，珍惜当前国家创业的激励时代，提升自己的社会责任感创业精神创业意识和创业能力。

（三）课程设置

1.公共基础课程

（1）公共基础必修课程设置

公共基础必修课程开设了思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、体育与健康、大学语文、高职英语、形势与政策、心理与健康教育、军事课、计算机应用基础、劳动教育。

（2）公共基础课程教学内容和教学要求

公共基础课程教学内容和教学要求详见表 2。

表 2 公共基础必修课程教学内容和要求

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	参考学时
100001	体育与健康	以身体练习为主要手段,主要讲授体育基本理论、营养保健卫生、球类、田径、体操、武术、休闲运动等内容,使学生掌握正确的体育锻炼基本原则和方法,并帮助学生通过体育活动改善心理状态,克服心理障碍,健全人格,在运动中体验运动的乐趣和成功的感觉。	授课内容理论与实践紧密结合,培养学生牢固树立”健康第一”、“终身体育锻炼”的健身思想理念,掌握 1-2 项有效的健身方法,掌握体育锻炼的基本知识、基本技能和基本技巧。	96
100004	大学语文	以中国文学史的发展顺序和文学体裁的分类为主线,讲授古今中外的诗歌、散文、小说、戏剧等文学作品,提高学生的语文水平、鉴赏能力、审美能力和人文精神。使学生学会分析文学作品,掌握汉语基础知识,具备良好的写作能力和口语表达水平。	通过学习,使学生了解基础语文知识和文学常识,熟悉不同文体的特点;掌握文学鉴赏基本方法,能够欣赏古今中外的佳作名篇;具有一定的听、说、读、写能力;会规范地书写应用文。	64
100005	高职英语	通过职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习完善四个体系讲授英语语言基础知识(包括英语基本词汇和语法知识)、培养基本文化素养、提升英语语言综合实践能力,构建学生英语学科核心素养。满足学生在职场和生活场景中对外语语言和文化的需求,并能满足学生进入本科院校继续学习的基本要求。	授课内容突出交际和应用能力,着重培养学生通过英语获取信息、运用信息的能力;涉外交际的能力;以及职场和生活中可能涉及的英语语言的写作能力。	128
200001	思想道德与法治	主要讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观,社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系,帮助学生筑牢理想信念之基,培育和践行社会主义核心价值观,传承中华传统美德,弘扬中国精神,尊重和维护宪法法律权威,提升思想道德素质和法治素养。高等职业学校结合自身特点,注重加强对学生的职业道德教育	授课内容既要突出鲜明的政治性、思想性,也要突出理论性、知识性,还必须关照现实,具有强烈的实用性与实践性,旨在培养和提高新时期大学生思想道德素质和法律素质。	54
200002	毛泽东思想和中国特色	主要讲授中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结	通过课程学习,从整体上把握马克思主义中国化的理	64

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	参考学时
	社会主义思想概论	合产生的马克思主义中国化的两大理论成果,帮助学生理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系,引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好,坚定“四个自信”。	论成果的科学内涵、理论体系,特别是中国特色社会主义理论体系的基本观点,增强中国特色社会主义的自觉自信。树立历史观点、世界视野、国情意识和问题意识,增强分析问题、解决问题的能力。不断提高理论思维能力,以更好地把握中国的国情、中国社会的状况和自己的生活环境。	
200003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	系统讲授习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义实质、丰富内涵、实践要求习近平新时代中国特色社会主义思想在中华大地的生动实践,读党在新时代的基本理论、线、基本方略,帮助学生全习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、义、世界意义。	深刻把握其中贯穿的马克思主义立场观点方法,进一步增强"四个意识",坚定"四个自信",做到"两个维护",努力成长为担当民族复兴大任的时代新人。	48
200004	形势与政策	主要讲授党的理论创新最新成果,新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践,马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题,帮助学生准确理解当代中国马克思主义,深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战,引导大学生正确认识世界和中国发展大势,正确认识中国特色和国际比较,正确认识时代责任和历史使命,正确认识远大抱负和脚踏实地。与其他思政课程协同开展实践教学。	通过学习新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践。了解党的理论创新最新成果。正确认识世界和中国发展大势,正确认识中国特色和国际比较,正确认识时代责任和历史使命,正确认识远大抱负和脚踏实地。具体要求为: 1.理解党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设以及贯穿其中的制度建设的新举措新成效; 2.明白党中央关于经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设的新决策新部署; 3.正确认识坚持“一国两制”、推进祖国统一的新进展新局面; 4.理解中国坚持和平发展道路、推动构建人类命运共同体的新理念新贡献。	40
500001	计算机应用	使学生了解 Office2007 办公软件	通过完成项目或者任务,	128

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	参考学时
	基础	件的基本知识和功能，熟练掌握 Word、Excel、PowerPoint 等软件的操作。	让学生在实践中学学习办公软件的相关功能，培养学生处理办公文案的能力。	
300001	心理与健康教育	本课程从大学生健康成长的需求入手，主要讲述四个模块：1.心理健康漫谈;2.做情绪的主人;3.和谐人际关系;4.回归理性爱情。	通过课程学习使学生理解健康的涵义，学会通过自助或他助的方式来维护自身的心理健康；善于管理情绪，应对压力，培养正确的认知，做自己情绪的主人；认识交往的重要作用，运用人际关系的效应，学会交往，走进幸福；学习寻找甄别真爱，让爱情更为持久，让每个人的心理都充满阳光。	32
300002	劳动教育	本课程围绕劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等方面，重点讲授新时代劳动价值导向、新时代劳动精神面貌和新时代劳动素养，让学生在“耕”中接受劳动教育，培养劳动精神、开阔眼界视野、增强社会责任感；在“读”中强化中华优秀传统文化与农耕文化学习，丰富人文底蕴、提升农耕技能、涵育道德品行。 将劳动教育与学生的个人生活、校园生活和社会生活有机结合起来开展劳动实践，利用我院实习农场，围绕农耕文化，开展劳动体验，提高劳动能力，深化对劳动价值的理解。	通过课程学习与劳动实践，让学生从整体上把握新时代劳动的内涵；树立正确的劳动价值观，爱上劳动、爱上学习、掌握更多的农耕技能、学以致用。 让学生亲身参与到劳动，体验劳动，并切身体会到劳动的辛苦和劳动成果给自己带来的成就感、收获感、喜悦感，树立正确的劳动教育观念，培养吃苦耐劳的良好品质。	32
30003	军事理论	本课程围绕中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等内容，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，正确把握和认识国家安全的内涵，理解我国总体国家安全观，了解军事思想的内涵和形成与发展历程，理解习近平强军思想的科学含义和主要内容；了解战争内涵、特点、发展历程，理解新军事革命的内涵和发展演变，了解信息化装备的内涵、分类、发展及对现代作战的影响。	让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质，增强学生忧患意识，梳理科学的战争观和方法论，为国防科研奠定人才基础。	32

2.公共选修课程

(1) 公共选修课程的设置

公共选修课程开设了中华优秀传统文化、安全教育、美育教育、四史教育。

(2) 公共选修课程教学内容和教学要求

公共选修课程教学内容和教学要求详见表 3。

表 3 公共选修课程教学内容和要求

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	参考学时
100006	中华优秀传统文化	主要讲授传统文化思想、文学、建筑、音乐、书画、饮食等方面内容。通过传统文化的学习与熏陶,弘扬爱国主义思想,使学生认同民族精神,增强民族自信心、自豪感和凝聚力。	1. 了解中华民族优秀文化的基本内容,掌握传统文化的主要特征和根本精神; 2、培养学生对民族文化的崇敬之情,坚定理想信念,厚植爱国主义情怀。3、为后续专业学习和职业需求提供支撑。	32
100007	美育教育	本课程以美学知识和人类各种审美活动为理论基础和探讨对象,让学生感受美的构成元素,形成正确的审美观。内容包括审美学科、审美门户、审美意识、自然审美、艺术审美、科技审美、社会审美等。	使学生了解基本的美学理论知识,掌握并传承美的精神;提高学生观察美、感受美、创造美的能力;培养学生对美好事物以及祖国山河的热爱之情。	32
200003	安全教育	本课程以学生健康与安全教育为主要内容,帮助大学生身心健康安全成长,全面发展。包括安全防范、安全律己、心理调适、管理服务、鉴戒警示等内容。	通过学习本课程使大学生能够正确认识自我和环境,树立心理健康保健意识和积极正确的安全观,增强大学生的心理调节、受挫、适应能力,以及增强大学自我保护、沟通、问题解决等技能,以科学的态度对待各种心理问题 and 安全问题,把心理健康与安全问题与个人发展和国家需要、社会发展相结合	16
200007	四史教育	本课程以党史、新中国史、改革开放史和社会主义发展史为主要内容。	通过学习本课程,引导青少年群体增强民族自尊心、自信心和自豪感,树立	16

课程 代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	参考学时
			正确的世界观、人生观、价值观，激发起大学生心中的红色力量，提高“四史”教育对青少年的感召力。	

3.专业（技能）课程

本专业课程设置遵循“专业设置与产业需求对接，课程内容与职业标准对接，教学过程与生产过程对接，毕业证书与职业资格证书对接，职业教育与终身学习”对接的原则和《职业院校国家专业教学标准体系》，同时还考虑到与应用型本科的衔接，详细规划，周密构建本专业课程体系。

本专业课程以电子商务行业调研报告为基础，岗位职业能力为根本，将电商美工、客户管理、网店推广、摄影、新媒体营销等新技术、新方法融入教育教学中，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和职业精神的培养。同时，积极参与实施 1+X 证书制度试点，将职业技能等级标准及要求有机融入专业课程教学，进一步优化专业课程设置。详见表 4。

表4 岗位职业能力分析与课程体系构建一览表

序号	专业（技能） 课程设置	职业岗位					备注
		客服、电商美工、电商运营、网络营销、电商物流					
		典型工作任务					
		客户管理与维护	图像、视频处理	网店推广	全网营销	打包、发货	
		对应的岗位职业能力					
		1.掌握采集顾客信息的方法； 2.掌握对顾客进行分类管理的方法； 3.掌握维系客户的方法技巧； 4.熟练的掌握，售前、售中、售后过程中，引导顾客形成交易的技巧，给顾客好的购物体验感。	1.具有独立的完成图像的处理能力； 2.能设计出符合电商要求的各种图片； 3.能熟练的对短视频进行剪辑。	1.掌握网店推广的原理； 2.掌握各种平台的各种推广工具，并能够选出或搭配出适合的推广工具； 3.理解信息流推广的原理及收费方式； 4.会制作简单的推广方案。	1.理解全网营销的含义； 2.掌握各种平台营销的侧重点和收费方式、平台客户画像；	1.掌握货物分拣的流程； 2.掌握打包的技巧； 3.具备查看物流信息的能力； 4.能够正确的填写快递单号，并操作发货流程。	
1	客服管理	√					
2	电商美工		√	√	√		
3	摄影		√	√			
4	图像处理		√	√	√		
5	网店推广	√		√	√		
6	新媒体营销		√	√	√		
7	网店经营与管理	√	√	√	√	√	
8	电商物流配送					√	

（1）专业（技能）课程设置

专业基础课程：电子商务基础、经济学基础、商品学、经济法、管理学基础、营销心理学、商务谈判；

专业核心课程：图像处理、摄影、网店客服、网店美工、网店推广、电子商务物流配送、网店经营与管理、新媒体营销。

专业选修课程：应用文写作、职业发展与就业指导、创新创业教育、市场营销、职场礼仪、广告学、ERP 沙盘、跨境电商等课程。

（2）专业基础课程和专业核心课程教学内容和教学要求

专业基础课程和专业核心课程教学内容和教学要求见表 5。

表 5 专业基础课程、专业核心课程教学内容和要求一览表

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时
516101	电子商务基础	通过学习本课程，使学生理解电子商务概念、模型、体系结构、实现技术及其应用等多方面知识，掌握电子商务的基本理论、基本原理及其运作与管理，识别电子商务为企业带来的竞争优势、机会，识别企业实施电子商务中遇到的问题和可能的风险。	能够从个案中找到共性，总结规律，从宏观上把握各类电子商务行业领域的基本流程；能够举一反三，理论与实践相结合，自主学习提高。	64
516102	经济学基础	通过学习本课程，使学生理解经济学原理的总体内容、主要结论和应用条件，掌握经济学原理的基本理论，能够科学的加以借鉴和应用，培养学生分析和解决我国社会主义市场经济问题的能力。	掌握经济科学的基本概念、原理和分析方法，为学好各门应用经济学科打好坚实的基础。	64

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时
516103	商品学	通过学习本课程,使学生较系统的获得商品使用价值的基本知识,学会评价任何商品的质量,同时从理论上掌握研究商品价值的方法和途径。	具备一定的市场调查与分析能力、商品推销和谈判能力、商品管理与经营能力。	64
516104	管理学基础	通过学习本课程,使学生理解管理学的基本原理、职能、方法,掌握管理学中计划、组织、领导、控制、决策的实务操作技能。	要求学生能制定出科学的决策、计划,设计简单的组织结构图及在不同情境下选择适合的领导方式。	64
516105	经济法	通过学习本课程,使学生理解企业法、公司法、合同法、税法、金融法、仲裁、诉讼、行政复议等知识,掌握我国主要的经济法规,能够树立经济法律意识,培养运用法律手段保护消费者和企业合法权益的能力。	学习法律知识,形成法律思维。	64
516106	营销心理学	通过学习本课程,使学生理解顾客的群体心理、个体心理,掌握人员推销、销售方式、商品等状况的不同对顾客心理的影响,能够分析顾客心理的变化规律及当代消费需求规律和消费方式多样化、个性化的趋势,培养学生运用所学的知识解决实际问题的能力。	了解和掌握顾客一般心理和营销人员心理。	64
516107	商务谈判	使学生理解商务谈判的基础知识、技巧与理论,掌握商务谈判的程序与内容;并通过案例教学 and 实际训练,使学生具备一定的谈判能力,能够在实践中运用这些理论与技巧进行商务谈判,培养学生具备谈判者应具备的基本素质和能力。	理解谈判原则与模式、谈判心理、谈判思维,掌握商务谈判沟通技巧与谈判策略,培养良好的职业道德。	64
516201	图像处理	通过学习本课程,使学生理解图像的各种色彩模式、以及基本的配色原则,掌握基本工具以及图层、通道、蒙板、路径的使用,能够按照平面设计的基本流程,遵循行业的要求进行标志、字体、海报、包装的设计,培养学生网页的设计与美工,商品图片的处理能力。	掌握图形图像设计与制作的方法与技术,知道图形图像设计、使用的道德意识,学会按不同的要求设计海报、广告等作品。	64
516202	网店客服	通过学习本课程,使学生理解网店客服的概念、基础知识、价值观等方面的知识,掌握网店客服的服务流程及各流程中的细节处理,能够灵活运用旺旺等即时通讯工具,合理处理客户的咨询、疑问、投诉等各种问题,培养学生具备良好沟通的能力。	要求学生树立先进的客服服务理念,掌握高超的客户服务技能,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。	64

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时
516203	网店美工	通过学习本课程,使学生理解店铺的整体构成和基础知识,掌握淘宝店铺上架物品的详细规则和流程,能够发布商品流程及注意细节,培养学生进行网店设计与处理图片的能力。	通过学习,让学生了解各种网店美工的操作流程,能熟练使用修图软件进行店面装修。	64
516204	电商物流配送	通过学习本课程,使学生理解现代物流的基本理论和知识,掌握物流的基本功能、物流模式、物流管理供应链管理、供应链管理等内容,能够熟练掌握现代物流的全过程及各环节的操作,培养学生从事物流工作的能力。	通过学习,要求学生掌握一定的物流环节常识及技能,能够将其应用于日常物流及快递中。	64
516205	摄影	通过学习本课程,使学生掌握相机操作,能够在各种光源环境下准确曝光成像;能够掌握场景、人像、风光、建筑等题材作品的摄影技巧与规律,独立创作作品。	了解数码照相机的原理,掌握数码照相机基本结构,工作原理和主要性能,掌握曝光与测光原理,能够在各种光线条件下使用适当的测光技巧,拍摄出曝光准确的照片。	64
516206	网店推广	通过学习本课程,使学生理解网络推广免费及付费的各类渠道,掌握运用这些渠道进行推广的技巧,掌握网店运营的核心,能够与他人合作,相互沟通、勇于创新、学会学习和工作方法,培养学生网店推广与运营的能力。	了解和掌握各种推广方法,能进行准确的数据分析	64
516207	网店经营与理	通过学习本课程,使学生理解网上开店的基本素质和基本条件,掌握网上开店的基本流程和基本方法,能够对网上店铺进行管理和经营,培养学生具备良好职业素质和创业能力。	掌握淘宝店铺的开设、商品上传的技能;理解商品排名的影响因素。	64
516208	新媒体营销	使学生了解并掌握新媒体营销的基本知识、最新发展以及相关原理,熟练掌握门户网站营销、网络视频营销、搜索引擎营销、电子邮件营销、网上论坛营销、微博营销、微信营销和手机媒体营销等新媒体营销技巧。	通过学习,要求学生能够根据不同的内容采取不同的新媒体进行营销。	64

(3) 专业选修课程学习内容和学习要求

专业选修课程学习内容和学习要求详见表 6。

表6 专业选修课程一览表

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时
100009	应用文写作	主要讲授各类常用应用文书的写作理论知识及写作技巧,包括大学生通用文书、党政公文、常用工作文书等十余种应用文。	注重理论与实践相结合,加强学生写作思维的训练和培养,通过学习,使学生能写出格式规范、观点明确、表达清楚、内容充实、结构合理、语言得体、标点正确的各类常用应用文书,为后续的专业学习和职业需要提供支撑。	32
200005	创新创业教育	本课程旨在引导学生通过本课程的教学,认识创新思维的价值、创业的特性,了解创业的基本知识、环境趋势与政策法规,掌握创新创业基理论与技法,探索创业初期的管理。激发学生创新创业意识,提高学生创新创业实践能力,培养学生的企业家精神,促进学生创业、就业的双向发展。	使学生掌握创新创业的基本能力,获得创新技法的能力、运用创新精神和实践能力、认识创新创业的基本内涵和创业活动的特殊性,辩证地认识、分析创业者、创业机会、创业资源和创业项目,掌握能够开展创新创业活动所需要的基本知识、创新技法,能自主进行创新创业实践,产生终身学习的愿望和能力。	32
200006	职业发展与就业指导	该课程以职业生涯规划为切入点引导学生正确的进行职业规划与创业规划。课程既强调职业在人生发展中的重要地位,又深入结合“大众创业、万众创新”的要求,融合了创新创业导论课程中关于创新创业活动应掌握的基本技能方法与政策法规,让学生从创新的视角来关注自身的全面发展和终身发展。	通过该课程的学习,激发大学生自主择业与创业意识,树立正确的创业就业观,了解市场经济条件下商业社会运行的基本原理和规则。促使大学生理性地规划未来,并在正确的生涯规划指导下自觉提高创业就业能力,为后续专业课程和创业就业课程学习打下坚实的基础。	32
516301	市场营销	通过学习本课程,使学生理解市场营销的基本原理及市场营销管理过程,掌握市场营销的基本原理和技能,能够根据企业的实际情况,制定有效的营销策略,培养学生市场营销的意识及学生的职业能力。	通过本课程的学习,要求学生,了解市场、市场营销观念、市场营销管理的核心概念,掌握市场营销组合策略,并能有效的运用。	64
516302	广告学	通过本课程的学习,使学生理解广告调查与分析、决策与计划、广告费用预算,掌握电视广告策划、广播广告策划、报纸广告策划、推销广告策划、电脑广告策划内容,能够进行广告宣传活	通过学习,要求学生能够根据不同的广告策略,运用不同的广告创意,通过各种广告媒体创作出新颖的、创新的、吸引消费者的广告。	64

课程代码	课程名称	主要教学内容	教学要求	学时
		动策划和现代广告的宣传与实施。		
516303	ERP 沙盘	通过本课程的学习,使学生了解企业经营的流程,理解每个岗位的工作职责,掌握每个岗位的核心技能,并能根据图像进行准确的市场预测,并制定出相应的经营方案。	通过学习,要求学生能准确进行市场预测,并掌握每个岗位的职能	32
516304	跨境电商	通过本课程的学习,学生能熟知跨境电商的基本概念和政策,遵守跨境第三方平台操作规则,进行跨境电商基本工作流程的操作,具备跨境店铺运营管理客户服务和电商操作技术等业务能力	通过学习,要求学生理解跨境电商与国内电商不同之处,并能够熟练的进行跨境电商店铺管理的基本操作。	32
516305	职场礼仪	通过本课程的学习,使学生理解职业礼仪与现代礼仪的区别,掌握人际交往的技巧和沟通艺术,能够顺应社会发展对现代从业人员的迫切需要,培养学生适应社会伦理修养、文化修养、艺术修养的能力。	了解礼仪的内涵和原则;规范得体的着装礼仪技巧,塑造出良好的个人形象和职业形象;熟练运用日常礼貌语言和各种场合中的礼宾次序	64

4.实习实训

实习实训包括认知实习和顶岗实习二部分。具体内容和要求见表 7、8 所示。

表 7 认知实习内容与要求一览表

内容	要求	课时
认识实习是教学计划的重要部分,它是培养学生的实践等解决实际问题的第二课堂,它是专业知识培养的摇篮,实习中应该深入实际,认真观察,获取直接经验知识,巩固所学基本理论,保质保量的完成指导老师所布置任务。	了解电商专业相关行业的发展现状及趋势;通过接触实际电商运营流程,达到对所学专业的性质、内容及其在技术领域中的地位有一定的认识;巩固和加深理解在课堂所学的理论知识。	26

表 8 顶岗实习内容与要求一览表

内容	要求	课时
到顶岗实习单位进行实习,签订相关实习协议,对电子商务专业所学知识进行全面地、系统地实践锻炼,学习实习单位的企业文化,学习企业师傅的工匠精神,通过顶岗实习,培养学生电子商务专业知识的综合应用能力,达到上岗能力。	了解电商专业相关行业的发展现状及趋势、了解网站建设与网络营销、网站美工设计;了解公司的营运方式、项目的来源、项目的分工、如何进行项目管理等;了解企业事业单位的工作模式及市场人才需求岗位,促进以后自身的学习和发展;培养与人的沟通能力和合作交流能力。	480

5.其它课程

其他课程包括入学教育、思政课实践教学、军事理论与军训、毕业教育等内容。具体学习要求见表 9。

表 9 其它课程说明表

序号	课程内容	学习要求	学分
1	入学教育	根据当前大学新生入学教育的需要，力求引导大学新生正确认识大学，适应大学生活，实现角色转换，养成良好的行为习惯，树立学习目标，为顺利完成大学学业奠定坚实的基础。	1
2	军事理论与军训	军事教学环节包括军事理论和军训技能，采取多种军事训练方式，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质	2
3	思政课实践教学	思政课实践教学分学期进行。通过李家大院、舜帝陵、博物馆、堆云洞等校外实习教学基地，围绕德孝文化、“善”文化、农耕文化、红色文化，分学期开展思想政治课程实践教学。	1
4	毕业教育	教育毕业生进一步树立正确的人生观、价值观、择业观，培养良好的职业道德，对毕业生进行比较全面的择业指导。 1. 请优秀毕业生做报告、讲座，介绍他们的成才之路，对毕业生思想进行有益的启迪； 2. 请企业领导作报告，介绍企业对毕业生的基本要求； 3. 请政府有关人员或专家介绍国内外就业情况，分析有关专业知识特点，讲解相关行业概况、发展潜力和对从业人员的要求等； 4. 举行就业模拟试验、择业面试技巧、修饰仪表仪容以及填写有关表格的讲座等； 5. 对毕业生就业进行指导和咨询服务。	1

(四) 课程体系结构

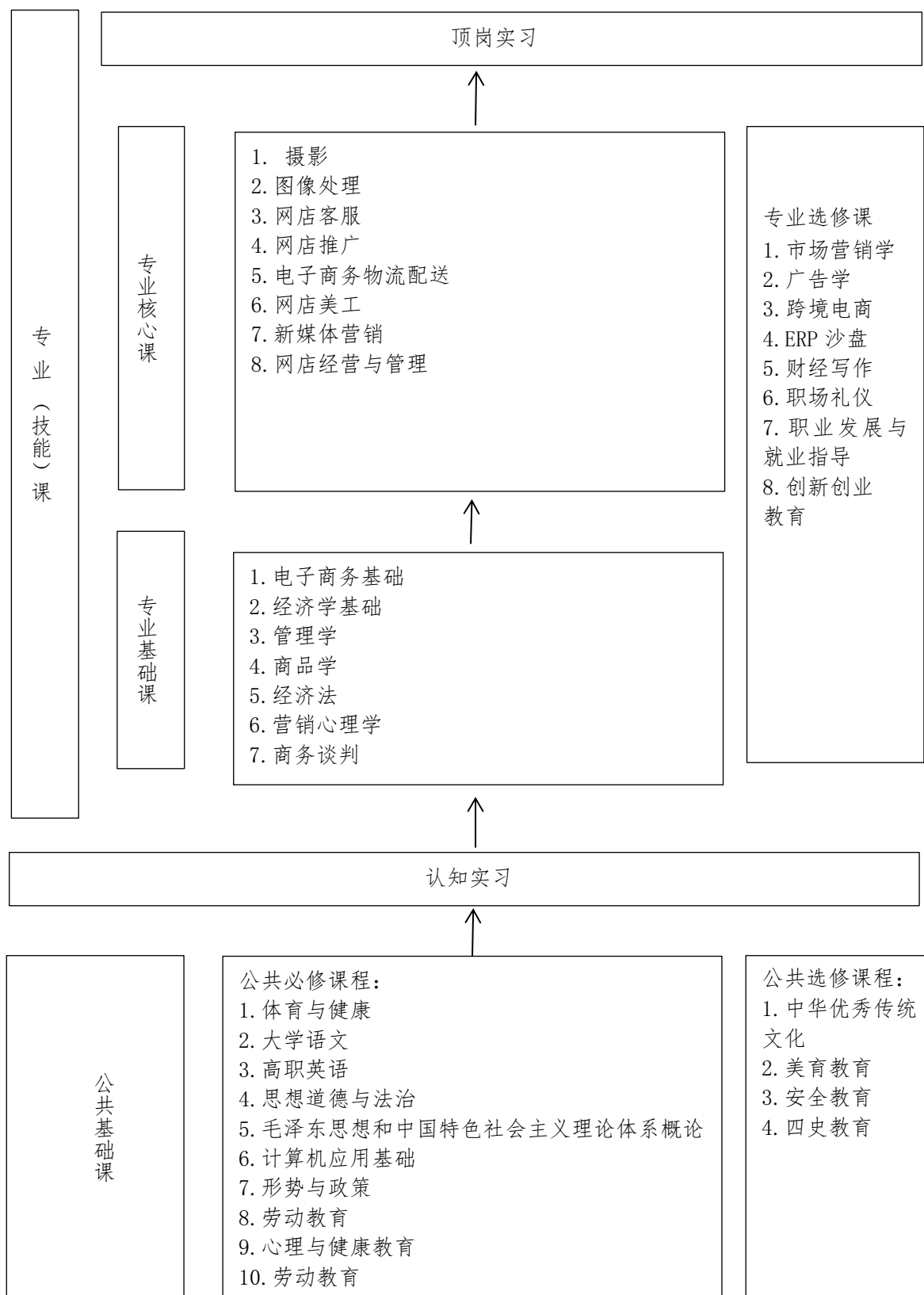


图 1 专业课程体系结构图

八、教学进程总体安排

（一）学时安排基本要求（表 10）。

（二）教学进程表见课程设置与教学时间安排表（表 11）。

（三）教学课时结构分析表（表 12）。

表 10 教学活动时间分配总表

单位：周

学 年	一		二		三		合 计
学 期	1	2	3	4	5	6	
入学教育	0.5						0.5
军 训	2						2
理论教学	16	16	16	16	16		80
考 试	1	1	1	1	1		5
实习实训	0.5	2	3	2	3	17	27.5
公益劳动	0	1	0	1	0	1	3
毕业教育						1	1
毕业考试						1	1
学期周数	20	20	20	20	20	20	120
假 期	12		12		12		36
学年周数	52		52		52		156

表 11 电子商务专业课程设置与教学时间安排表

课程类别		课程代码	课程名称	总学时	理论学时	实践学时	开课学期和学期周数						学分	
							1	2	3	4	5	6		
							16	16	16	16	16	16		
公共基础课程	公共必修课	100001	体育与健康	96	12	84	2	2	2				6	
		100004	大学语文	64	64	0	2	2					4	
		100005	高职英语	128	128	0	4	4					8	
		200001	思想道德与法治	54	45	9	2	2					3	
		200002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	24	8			2				2	
		200003	习近平新时代中国特色社会主义思想理论习题概论	48	36	12				4			3	
		200004	形势与政策	40	30	10	每学期 4 个讲座						1	
		300001	心理与健康教育	32	20	12	每学期 4 个讲座					2		
		300002	劳动教育课	32	16	16	每学期 2 个讲座，1 次劳动实践教学					2		
		300003	军事课	36	36	0	以专题讲座形式进行					2		
		500001	计算机应用基础	128	64	64	4	4				8		
		小 计		690	475	215							41	
	公共选修课	100006	中华优秀传统文化	32	32	0	2						2	
		100007	美育教育	32	32	0		2					2	
		200003	安全教育	16	8	8	每学期 2 个讲座					1		
		200007	四史教育	16	12	4	每学期 2 个讲座					1		
		小 计		96	84	12							6	
		专业技能课程	专业基础课	516101	电子商务基础	64	32	32	4					
	516102			经济学基础	64	32	32	4						4
	516103			商品学	64	32	32				4			4
516104	管理学基础			64	32	32		4					4	
516105	经济法			64	32	32		4					4	
516106	营销心理学			64	32	32			4				4	
516107	商务谈判			64	32	32			4				4	
小 计				448	224	224							28	
专业核心课	516201		图像处理	64	32	32			4				4	
	516202		网店客服	64	32	32			4				4	
	516203		网店美工	64	32	32				4			4	
	516204		电子商务物流配送	64	32	32				4			4	
	516205		摄影	64	32	32				4			4	
	516206		网店推广	64	32	32			4				4	
	516207		网店经营与管理	64	32	32				4			4	
	516208		新媒体营销	64	32	32					4		4	
	小 计		512	256	256							32		
专业选修课	100009		应用文写作	32	26	6				2			2	
	200005		创新创业教育	32	8	24					2		2	
	200006		职业发展与就业指导	32	8	24					2		2	
	516301		市场营销	64	32	32					4		4	
	516302		广告学	64	32	32					4		4	
	516303		ERP 沙盘	32	16	16					2		2	
	516304		跨境电商	32	16	26					2		2	
	516305		职场礼仪	64	32	32					4		4	
	小 计		352	170	182							22		
周学时数				—	—	—	24	24	24	24	24	30		
实习实训	认知实习		26		26		✓					1		
	顶岗实习		480		480						✓	16		
	小 计		506		506	—	—	—	—	—	—	17		
合 计				2604	1209	1395	—	—	—	—	—	—	146	

表12 教学课时结构一览表

类别	总学时	占 %	课程类别		学时数	占 %	备注
理论学时	1209	42.4	公共基础课程	公共基础必修课	475	39.3	
				公共基础选修课	84	6.9	
			专业（技能）课	专业基础课	224	18.5	
				专业核心课	256	21.2	
				专业选修课	170	14.1	
				小计	1209	100	
实训实习学时	1642	公共基础课程	公共基础必修课	215	13.1		
			公共基础选修课	12	0.7		
		专业（技能）课	专业基础课	224	13.6		
			专业核心课	256	15.6		
			专业选修课	182	11.1		
		认知实习		26	1.6		
		顶岗实习		480	29.2		
		军训、入学教育、毕业教育、公益劳动		247	15		
		小计		1642	100		
合计	2851	100			2851		
说明：表中总学时数为表 11 中的总学时数与军训、社会实践、入学教育、毕业教育、公益劳动学时数之和。							

（四）本专业学时实际安排说明

1.学年教学时间实际安排，第一学期 16 周每周 24 学时共 384 学时；第二学期 16 周每周 24 学时共 384 学时，认知实习 26 学时；第三学期 16 周每周 24 学时共 384 学时；第四学期 16 周每周 24 学时共 384 学时；第五学期 16 周每周 24 学时共 384 学时；第六学期顶岗实习 16 周 480 学时；形

势与政策、心理与健康教育、劳动教育课、军事课、安全教育、四史教育 172 学时。军训、社会实践、思政课实践教学、入学教育、毕业教育、公益劳动学时数 247 学时。三年总共为 2851 学时。

2.学分与学时的换算。16 学时计为 1 个学分，总学分 162 学分。军训、入学教育、社会实践、毕业设计（或毕业论文、毕业教育）等，以 1 周为 1 学分。

3.公共必修课程 690 学时，占总学时的 24.2%；公共选修课 96 学时，占总学时的 4%。选修课共计 448 学时，占总学时的 15.7%。

4.顶岗实习时间为半年。

九、实施保障

（一）师资队伍

1.校内专任教师

本专业现有专业教师 9 名，其中副教授 1 人，讲师 7 人，助教 1 人。学历结构为硕士生 9 人，占 100%，是一支团结进取，年龄、职称和学历结构合理、师德高尚、教学水平高、实践能力强、勇于创新、善于改革的教师队伍。专任教师基本情况见表 13。

表 13 电子商务专业校内主要专任教师基本情况

序号	姓名	学历/学位	职称	专业方向	承担教学任务	备注
1	耿小红	硕士	副教授	是	营销心理学	系主任
2	王 静	硕士	讲 师	是	网店经营与管理、管理学	教研组长
3	吕 丛	硕士	讲 师	是	图像处理	骨干教师
4	冯 田	硕士	讲 师	是	摄影	骨干教师
5	李 娜	硕士	讲 师	是	电商物流配送	骨干教师
6	马红米	硕士	讲 师	是	电子商务	骨干教师
7	秦 佳	硕士	讲 师	是	网店客服	骨干教师
8	程 婕	硕士	助 教	是	网店美工	骨干教师
9	张 晶	硕士	讲 师	是	市场营销	骨干教师

经贸系电子商务教研组教师与行业企业积极对接，不仅教师进企业得到了业务提升，而且带领学生参与企业具体岗位工作，专业组教师积极参加了 1+X 社交电商、1+X 直播电商、1+X 网店推广运营认证师、中级经济师等考试，大大提升自身业务能力，目前本专业的专任教师部分已经达到的“双师型”教师的要求，具体情况见表 14。

表 14 校内双师型教师情况

序号	姓名	学历/学位	职称	专业方向	职业资格证
1	王静	硕士	中级	电子商务	中级经济师、1+X 网店运营推广
2	吕丛	硕士	中级	电子商务	人力资源指导师、1+X 社交电商
3	张晶	硕士	中级	农产品营销	1+X 网店运营推广
4	李娜	硕士	中级	电子商务	中级经济师

2. 兼职教师

本专业从行业企业聘请有 3 名既有一定理论水平又有丰

富实践经验的技术人员、能工巧匠担任兼职教师，参与人才培养方案、课程体系、课程标准及教学项目的开发及实践教学（见表 15）。

表 15 校外兼职及兼课教师配置情况

序号	姓名	单位/企业	职称	专业方向	承担教学任务
1	张钦浩	心予网络有限公司	经理	电商运营	电商推广
2	张国锋	助创有限责任公司	总经理	跨境电商	跨境电商
3	刘一哥	晶新视觉传媒有限公司	总经理	PS	图像处理

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

1.专业教室基本条件

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

2.校内实训室和校外实训基地

学院现有 4 个校内实训室（见表 16）和 2 个校外实训基地（见表 17）。

表 16 校内实训室一览表

序号	实训室名称	主要设施设备名称	数量（台/套）	实训项目	运行状况
1	电商实训室	台式电脑	4	电商运营、物流打包、摄影	良好
		打包机	2		
		展台	1		
2	市场营销实训室	台式电脑	50	电商运营、图像处理、客户服务与管理、电商美工、网络营销等	良好
3	职场礼仪实训室			职场礼仪	良好
4	企业管理沙盘实训室	台式电脑 物理沙盘	6	ERP 企业沙盘	良好

表 17 校外实训基地一览表

序号	实训基地名称	合作单位（企业）名称	单位所在地	顶岗实习的工位数	主要实习内容
1	沃尔码	沃尔码	运城	20	客服、物流打包、货物分拣
2	运城市电商协会	运城市电商协会	运城	50	客服、美工、运营

（三）教学资源保障

本专业教学资源应能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。

1.教材选用要求：优选国家规划教材，近三年校企合作编写的校本教材，其中思政课教材选用中宣部、教育部联合成立的高等学校思想政治理论课教材编写领导小组编写的统一教材，属于马克思主义理论研究和建设工程重大项目。

2.学习资料资源：CD 光盘、视频资料。

3.信息化教学资源：包括微课平台、精品课程、微讯精品课、其它学习网站等。

（四）教学方法

根据本专业特点采用项目教学、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，具体情况见表 18。

表 18 教学方式和方法一览表

学习模块	教学方式	教学方法
实践和活动模块	项目教学、案例教学、情境教学	启发式、探究式、讨论式、参与式
专业技能课程	项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学	启发式、探究式、讨论式、参与式
文化基础课程	案例教学、情境教学	启发式、探究式、讨论式、参与式

（五）教学评价

表 19 电子商务专业分类课程考核评价表

课程名称		课堂教学				期中、期末考试				其它学习			
		占比 (%)	课堂 考勤	课堂 提问	作业 检查	占比 (%)	阅卷 考试	作品 汇报	实操 汇报	占比 (%)	课外 学习	调查 报告	×× ××
公共 基础 课程	体育与健康	40	12		28	60		60					
	大学语文	30	12	6	12	70	70						
	高职英语	30	12	6	12	70	70						
	思想道德与法治	20	10	5	5	60	60			20	10	10	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	20	10	5	5	60	60			20	10	10	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	40	10	10	20	60	60						
	形势与政策	20	10	5	5	60	60			20	10	10	
	心理与健康教育	40	12	12	16	60		60					
	劳动教育课	40	10	10	20	60		60					
	军事课	40	10	10	20	60		60					
	计算机应用基础	40	10	10	20	60			60				
	中华优秀传统文化	40	12	8	20	60	60						
	美育教育	40	12	8	20	60	60						
	安全教育	40	12	8	20	60	60						
	四史教育	20	10	5	5	60	60			20	10	10	
专业 （技 能） 课程	应用文写作	40	12	8	20	60	60						
	创新创业教育	40	10	10	20	60			60				
	职业发展与就业指导	40	10	10	20	60			60				
	电子商务基础	40	10	10	20	60	60						
	经济学基础	40	10	10	20	60	60						
	商品学	40	10	10	20	60	60						
	管理学基础	40	10	10	10	60	60						
	经济法	40	10	10	20	60	60						
	营销心理学	40	10	10	20	60	60						
	商务谈判	40	10	10	20	60	60						
	基础会计	40	10	10	20	60	60						
	图像处理	30	10	10	10	70	30		40				
	网店客服	30	10	10	10	70	30		40				
	网店美工	30	10	10	10	70	30		40				
	电子商务物流配送	30	10	10	10	70	30		40				
	摄影	30	10	10	20	70	30		40				
	网店推广	30	10	10	10	70	30		40				
	网店经营与管理	30	10	10	10	70	30		40				
	新媒体营销	30	10	10	20	70	30		40				
	市场营销	40	10	10	20	60			60				
	广告学	40	10	10	20	60			60				
	ERP沙盘	40	10	10	20	60			60				
	跨境电商	40	10	10	20	60	60						
	职场礼仪	40	10	10	20	60			60				
顶岗实习		学生自评20%				小组评价30%				指导老师评价50%			
		出勤	10	设计 成果	10	表现	10	实习 报告	20	适应 环境	10	毕业 报告	40

评价标准说明:

1.体育与健康课评价说明

*平时成绩: 100分折合为总成绩的40%。

100分=考勤+课堂表现

其中: 考勤30分, 课堂表现70分。

*期末成绩: 100分折合为总成绩的60%

*考试方式: 随堂考核

*成绩评定: 百分制

2.大学语文课评价说明

*总成绩: $100 \text{ 分} = \text{平时成绩} * 30\% + \text{期末成绩} * 70\%$

*平时成绩: 100 分, 折合为总成绩的 30%, 主要包括课堂考勤、课堂提问、作业检查。其中: 课堂考勤 40 分, 课堂提问 20 分, 作业检查 40 分。

*期末成绩: 100 分, 折合为总成绩的 70%

*考试方式: 闭卷

*成绩评定: 百分制

3.高职英语课评价说明

*总成绩: $100 \text{ 分} = \text{平时成绩} * 30\% + \text{期末成绩} * 70\%$

*平时成绩: 100分, 折合为总成绩的30%, 主要包括考勤和课堂表现。其中: 考勤30分, 课堂表现70分。

*期末成绩: 100分, 折合为总成绩的70%

*考试方式: 闭卷

*成绩评定：百分制

4.思想道德与法治课评价说明

*1.平时成绩：100分折合为总成绩的40%；社会实践占平时成绩50%。

100分=考勤+课堂表现+社会实践

其中：考勤30分，课堂表现20分，社会实践50分

*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

*考试方式：开卷

*成绩评定：百分制

5.毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论课评价说明

*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；社会实践占平时成绩50%。

100分=考勤+课堂表现+社会实践

其中：考勤30分，课堂表现20分，社会实践50分

*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

*考试方式：开卷

*成绩评定：百分制

6.习近平新时代中国特色社会主义思想概论课评价说明

*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；社会实践占平时成绩60%。

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤25分，课堂表现25分，作业50分

*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

*考试方式：开卷

*成绩评定：百分制

7.形势与政策课程评价说明

*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；社会实践占平时成绩50%。

100分=考勤+课堂表现+社会实践

其中：考勤30分，课堂表现20分，社会实践50分

*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

*考试方式：开卷

*成绩评定：百分制

8.心理与健康教育课程评价说明

*平时成绩（理论）：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现30分，作业40分

*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

*考试方式：开卷

*成绩评定：百分制

9.劳动教育课程评价说明

*平时成绩（理论）：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤25分，课堂表现25分，作业50分

*期末成绩（实践）：100分折合为总成绩的60%

100分=考勤+劳动态度+劳动作品、成果评价

其中：考勤25分，劳动态度25分，劳动作品、成果50分

*考试方式：劳动成果展示

*成绩评定：百分制

10.军事理论与军训课程评价说明

*平时成绩（理论）：100分折合为总成绩的40%;

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤25分，课堂表现25分，作业50分

*期末成绩（实践）：100分折合为总成绩的60%

100分=考勤+劳动态度+劳动作品、成果评价

其中：考勤25分，劳动态度25分，劳动作品、成果50分

*考试方式：劳动成果展示

*成绩评定：百分制

11.计算机应用基础课程评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

12.中华优秀传统文化课程评价说明

*平时成绩：100分折合为总成绩的40%;

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

*考试方式：开卷

*成绩评定：百分制

13.美育教育课程评价说明

*平时成绩：100分折合为总成绩的40%;

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

*考试方式：开卷

*成绩评定：百分制

14.安全教育课程评价说明

*平时成绩：100分折合为总成绩的40%;

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

*考试方式：开卷

*成绩评定：百分制

15.四史教育课程评价说明

*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；社会实践占平时成绩50%。

100分=考勤+课堂表现+社会实践

其中：考勤30分，课堂表现20分，社会实践50分

*期末考核：100分折合为总成绩的60%

*成绩评定：百分制

16.应用文写作课程评价说明

*平时成绩：100分折合为总成绩的40%；

100分=考勤+课堂表现+作业

其中：考勤30分，课堂表现20分，作业50分

*期末成绩：100分折合为总成绩的60%

*考试方式：开卷

*成绩评定：百分制

17.创新创业教育课程评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

18.职业发展与就业指导课程评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出

勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

19.电子商务基础课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

20.经济学基础课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

21.商品学课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后

口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

22.管理学基础课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

23.经济法课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

24.营销心理学课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告

等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

25.商务谈判课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

26.图像处理课评价说明

*课堂教学100分占总分比30%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比70%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

27.网店客服课评价说明

*课堂教学100分占总分比30%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比70%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

28.网店美工课评价说明

*课堂教学100分占总分比30%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比70%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

29.电子商务物流配送课评价说明

*课堂教学100分占总分比30%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比70%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

30.摄影课评价说明

*课堂教学100分占总分比30%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比70%，包括期末考试、学期技

能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

31.网店推广课评价说明

*课堂教学100分占总分比30%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比70%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

32.网店经营与管理课评价说明

*课堂教学100分占总分比30%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比70%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

33.新媒体营销课评价说明

*课堂教学100分占总分比30%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比70%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

34.市场营销课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

35.广告学课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

36.ERP 沙盘课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

37.跨境电商课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

38.职场礼仪课评价说明

*课堂教学100分占总分比40%，包括仪容仪表、上课出勤情况、纪律情况、课堂表现、团队合作、课堂提问、课后口头及书面作业、课堂实操表现、课后实操训练、实训报告等。

*期末考试100分占总分比60%，包括期末考试、学期技能综合测评、成果展示、实践任务完成情况、实践汇报等。

（六）质量管理

- 1.学院领导高度重视，成立专门机构
- 2.认真进行学情分析，做好分类管理
- 3.加强管理制度建设，规范教学管理
- 4.成立电子商务专业建设指导委员会
- 5.发挥教学督导作用

十、毕业要求

学生完成专业人才培养方案规定的全部必修课程及实

实践教学环节的学习与训练，各科成绩合格并取得规定的职业资格证书，方能取得毕业资格（见表 20）。

表20 学生毕业要求一览表

项目	毕业条件具体说明
学分要求	修满本专业人才培养方案中规定的 161 学分的学习要求。
证书要求	社交媒体 1+X、网店推广运营 1+X、电子商务师、直播电商 1+X，至少考取 2 个证书。
其他要求	所修课程成绩均达 60 分以上，各学年考核合格以上。

十一、主要接续专业

本科：电子商务专业 市场营销

十二、编制依据

本专业人才培养方案是依据《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》（教职成国发〔2019〕4 号）、

《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》、（教职成、教育部《高等职业学校专业教学标准》（2019 年 7 月）、山西省人民政府印发的《山西省职业教育校企合作促进办法（试行）》（2018 年 6 月）、《山西省人民政府办公厅关于加强职业院校“双师型”教师队伍建设的意见》（晋政办发〔2015〕76 号）、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）、《关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61 号）、

《山西省教育厅关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（晋教职成函〔2019〕49 号）、中

共中央宣传部 教育部关于印发《新时代学校思想政治理论课改革创新实施方案》的通知（教材〔2020〕6号）、《关于加强新时代高校“形势与政策”课建设的若干意见》（教社科〔2018〕1号）、教育部印发《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》（教社科〔2018〕2号）等有关文件部署和要求，结合生源学情和办学资源情况编制的。

十三、编制单位与人员

学校专门成立由行业企业专家、教科研人员、一线教师和学生（毕业生）代表组成的专业建设委员会，在充分对学员学情调研分析的基础上对本专业人才培养方案进行修订。

表21 编制单位与参编人员一览表

编制单位类型	编写人员单位具体名称	参编人员姓名	专业技术职务	行政职务
行业企业专家	运城市电子商务协会	荆奋荣		会长
	助创有限责任公司	张国锋		总经理
学校教学管理人员和专业教师	山西运城农业职业技术学院	耿小红	副教授	专业教师
	山西运城农业职业技术学院	李 鹏	中级	系党支部书记
	山西运城农业职业技术学院	秦 佳	中级	专业教师
教科研人员	山西运城农业职业技术学院	王 静	中级	教研组组长

十四、附件

- （一）电子商务专业人才需求调研报告
- （二）成立电子商务专业建设指导委员会
- （三）电子商务专业人才培养方案修订总结报告

(四) 学分认定与转换实施办法 (试行)

(五) 电子商务专业人才培养方案审核表

(六) 教学进程变更审批表

方 案 修 订 人 (签 字) : _____

系 (部) 负 责 人 (签 字) : _____

审 核 人 (签 字) : _____

教 学 副 院 长 (签 字) : _____

电子商务专业人才需求调研报告

一、调研目的

1. 了解用人单位对电子商务专业人才的需求状况，包括未来三年内人才需求量，对人才的学历层次要求和能力要求等。

2. 了解用人单位对大专层次专业人才的需求特征，我校在用人单位中的知名度及用人单位接受我校学生实习的可能性。

3. 通过开展调研，明确我系电子商务专业学生的培养定位，进一步完善人才培养方案，以及为今后招生计划的制定，新增专业的设置等提供参考意见和建议，并逐步建立经常性的反馈渠道和评价制度。

二、调查对象

电子商务相关企业、电子商务行业协会、专业学者、毕业生。

三、调查方法

访谈法、专家咨询法、网络调查法、实地考察等方法。

四、调研结果与分析。

（一）专业面向及人才需求分析

1. 在国家宏观经济层面

随着我国经济结构的调整，电子商务在各领域的应用

日益广泛而深刻。2018 年，我国网民人数已突破 8 亿，其中超过二分之一的人已经开始网上购物。2018 年，我国 B2B 电子商务交易规模近 22 万亿。2019 年上半年，中国的网络零售总额已达到 195209.7 亿元，占社会零售总额的 24.7%。由此可见，中小企业基于互联网应用的电子商务业务已进入爆发式增长的轨道，企业和市场对高素质技能型电子商务人才的需求日益紧迫。

2. 在我省中小企业的微观层面

我省中小企业告别了电子商务应用推广的徘徊、犹疑、观望阶段，开始进入电子商务业务的爆发式增长期。越来越多的中小企业在阿里巴巴上注册会员，开展电子商务，这还不包括其他平台和其他形式的电子商务应用，并且这一数据还在急剧增长。综上所述，我省中小企业电子商务应用型人才的需求，从数量上已经跨过规模增长的连接点，从质量上看，必将迎来一个追求品质和注重实效的挑战期。因此，只要我校努力提高电子商务专业办学水平，电子商务专业学生的就业出路就不存在问题。

（二）职业岗位群及工作任务分析

通过广泛的市场调查，我们发现中小企业对于网络商务营销类岗位以及商务网站的制作维护和推广类岗位高素质人才需求旺盛。通过对这些岗位的分析，我们确定了电子商务专业的培养方向是面向商务网站技术类岗位（如商务网

页设计师、网站维护员等) 商务营销类岗位(如网络信息专员、网络贸易专员、电子网络推广专员、网络客服专员等)。本专业根据企业人才需求特点来规划专业课程设置,以电子商务应用类岗位作为学生就业的主渠道。

(三) 企业比较注重学生的再学习能力与职业素质

学生在进入到工作岗位之后,很多在学校里学到的知识用不上,同时还要重新学习很多工作方面的新知识,这就要求学校在向学生传授知识的同时,也应该注意培养学生的学习与理解能力。另外,也有学生工作后不能吃苦耐劳,好高骛远,不肯脚踏实地的工作,给企业带来了很大麻烦,这又要求学校在职业道德教育方面应该加大力度,学生在校期间就应该具有良好的职业素质和正确的择业观。

五、调查启示

从上述分析及其特点的把握中,电子商务专业当前和今后的教学改革与建议应当注意以下问题:

1. 确立教学与实践零距离,毕业与上岗零过渡的专业改革与建设原则

要及时吸纳电子商务活动一线产生的新理论、新理念、新知识、新任务和新流程,引入课堂,加强实践性教学环节,培养学生从事实际工作能力和职业能力,使学生一毕业即可立即开展工作,适应用人单位的需要,满足社会的需要。

2. 密切关注市场对电子商务人才的实际需求及其变化

贯彻以就业为导向的专业建设思路，就必须及时的了解就业市场的新变化、新要求，根据新的情况改变专业建设的思路，调整专业建设的措施，修订人才培养方案、课程内容体系和教学实施组织模式。

3. 加强专业实训实习条件的建设与管理

要在现有电子商务流程模拟实训软件上，增加实习实训基地的建设，尤其要重视校企一体的实训实习条件的建设，加强实训设施的管理，为学生职业能力的形成和提高，提供实践机会，创造切实的条件。

山西运城农业职业技术学院
经贸管理系关于成立电子商务专业建设
指导委员会的通知

根据专业建设和人才培养方案修订工作的要求，为加强学校与企业、教学与生产的紧密结合，建立学校与企业双向参与、双向服务、双向受益的机制，使我系电子商务专业建设更加贴近行业岗位需求，广泛争取市内行业、企业专家对我系电子商务专业建设过程中的意见和建议，特成立电子商务专业建设指导委员会。

人员构成如下：

主 任： 李保芳

副主任： 李鹏、耿小红

成 员： 王静、秦佳、张晶、程婕、李娜、吕丛、毛燕妮、荆奋荣、张国锋

特此通知

经贸管理系
2022 年 4 月 20 日

山西运城农业职业技术学院

电子商务专业建设委员会成员名单

序号	姓名	性别	出生年月	政治面貌	学历/学位	现任专业	工作单位及职务	职 称	联系电话
1	李保芳	女	1960.07	党员	硕士	会计电算化	山西运城农业职业技术学院经贸管理系主任	副教授	13008008187
2	李鹏	男	1985.01	党员	硕士	会计电算化	山西运城农业职业技术学院经贸管理系书记	中级	13393596648
3	耿小红	女	1969.07	群众	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系副主任	副教授	13834378003
4	王静	女	1983.10	党员	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	15635901007
5	秦佳	女	1982.09	群众	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	15835297666
6	张晶	女	1981.05	党员	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	15635995367
7	程婕	女	1986.04	党员	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	18603591287
8	李娜	女	1985.06	群众	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	18635961373
9	毛燕妮	女	1985.07	党员	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	18503591737
10	吕丛	女	1988.06	群众	硕士	电子商务	山西运城农业职业技术学院经贸管理系	中级	15235952723
11	荆奋荣	男	1965.09	党员	学士	电子商务	运城市电子商务协会		17634097879
12	张国锋	男	1980.05	群众	学士	电子商务	助创科技有新公司		15364988898

电子商务专业人才培养方案修订总结报告

为进一步深化教学改革，优化人才培养过程，构建具有我院特色的人才培养模式，更好的适应区域经济发展对人才的需求，电子商务专业修订 2022 级人才培养方案。根据修订的情况报告如下：

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养复合型技术技能人才。

二、基本原则

（一）坚持育人为本，促进全面发展。全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进头脑，积极培育和践行社会主义核心价值观。传授基础知识与培养专业能力并重，强化学生职业素养养成和专业技术积累，将专业精神、职业精神和工匠精神融入人才培养全过程。

（二）坚持标准引领，确保科学规范。以职业教育国家教学标准为基础遵循，贯彻落实党和国家在课程设置、教学内容等方面的基本要求，强化专业人才培养方案的科学性、适应性和可操作性。

（三）坚持遵循规律，体现培养特色。遵循职业教育、技术技能人才成长和学生身心发展规律，处理好公共基础课程与专业课程、理论教学与实践教学、学历证书与各类职业培训证书之间的关系，整体设计教学活动。

（四）坚持完善机制，推动持续改进。紧跟产业发展趋势和行业人才需求，建立健全行业企业、第三方评价机构等多方参与的专业人才培养方案动态调整机制，强化教师参与教学和课程改革的效果评价与激励，做好人才培养质量评价与反馈。前期调研

三、前期调研

根据学院的安排，本专业组织相关教师，前往相关高校、企业进行调研，充分听取行业和各高校专家意见，作为人才培养方案修订的参考意见，并且组织教师深入企业进行调研，了解企业对于人才需求的情况，另外对已有毕业生进行了问卷调查，了解毕业生工作之后觉得哪些地方欠缺等，作为2022级人才培养方案修订的依据。

四、完成初稿

电子商务专业在学校统一要求以及指导原则和前期调研的基础上完成2022级人才培养方案的初稿，并在专业内部广泛征求意见进行调整。

五、专家论证

电子商务专业人才培养方案初稿调整完成后，系部对培

养方案再次进行论证，通过论证进一步完善 2022 级人才培养方案，最后专业负责人根据论证意见，进一步完善培养方案形成最终版本上交学校。

六、总结

电子商务专业 2022 级人才培养方案修订，从学院任务的下达以及安排到各专业调研工作、论证工作等都是合理有效的，同时本专业教师在教学工程中积极总结经验进一步完善培养方案。

山西运城职业技术学院学生

学分认定和转换实施办法（试行）

根据教育部等六部门《高职扩招专项工作实施方案》（教职成[2019]12号）和山西省教育厅等七部门《山西省高职扩招专项工作实施方案》（晋教职成[2019]8号）及《山西省教育厅关于做好扩招后高职院校教育教学管理 实现高质量人才培养的通知》（晋教职成[2020]1号）等文件精神，为落实山西省教育厅有关扩招生单独制订人才培养方案，体现自身特色，保证人才培养质量的工作要求，按照《山西省高职院校学分认定与转换基本要求（试行）》相关要求，结合我院扩招专业实际情况，制订高职学生学分认定和转换办法。

一、适用范围

（一）适用对象：我院高职在籍学生。

（二）适用专业：教育部正式备案获批准的 27 个高职专业。

（三）适用领域：高职全日制学习及非学历成果学分认定和转换。

二、具体办法

原则上，每个专业认定和转换的全部学分不得超过相关专业毕业总学分的 50%。内容相同或相近的国家职业资格证书

书、培训证书、竞赛奖励等成果不得重复转换，以最高级所认定的学分进行转换。

（一）同等及以上学历的学分认定和转换

1.同等及以上学历的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 50%。

2.已具有国民教育系列专科及以上学历者，或已参加国民教育系列专科及以上学历层次学习的学习者，进入我院相关专业学习，其所学课程与现有课程名称相同或相近，教学目标相近，教学内容相关度在 80%以上，可认定和转换为相关专业对应课程的学分。

（二）低一级学历的学分认定和转换

1.低一级学历的学分认定和转换仅适用于实践技能类课程。

2.低一级学历的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3.已具有国民教育系列中职(含技工教育)及同等学历者，进入我院相关专业学习，其所学课程与现有该类课程名称相同或相近，教学目标相同，教学内容相关度达到 100%，可认定和转换为相关课程的学分。

（三）高等教育自学考试课程的学分认定和转换

通过高等教育自学考试的课程，以课程为基础，课程名称相同或相近，自学考试考试大纲和学生所学专业的课程教学内容相关度 80%以上，不分学历层次，可认定和转换为相关专业学分相近或相同的对应课程学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 50%。

（四）在线课程学习证书的学分认定和转换

1. 在线课程学习证书是指在国内主流开放课程学习平台获得的学习证书。

2. 在线课程学习证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3. 各专业以在线课程的教学目标、教学课时、教学内容和考核要求等内容为依据认定和转换对应课程的学分。

（五）国家职业资格证书的学分认定和转换

1. 国家职业资格证书是指按照国家职业标准，通过政府认定的考核鉴定机构，对劳动者的技能水平和从业资格进行评价和认定的国家证书。

2. 国家职业资格证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3. 各专业根据国家职业资格证书级别和内容相关程度，可认定和转换为相关专业对应课程的学分。

（六）非国家职业资格证书的学分认定和转换

1. 非国家职业资格证书指技能等级证书、专项能力证书、政府认定的行业证书等。

2. 非国家职业资格证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3. 各专业根据非国家职业资格证书的级别和内容相关度，可认定和转换为相关专业对应课程的学分。

（七）培训证书的学分认定和转换

1. 培训证书是指由国家行政部门认定的有关职业技能、专业技术和岗位培训等方面证书。

2. 培训证书的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3. 各专业根据培训证书的级别和内容相关程度，可认定和转换为相关专业对应课程的学分。

4. 各专业学生获得的培训证书学分认定和转换为学历教育课程学分，应为学生入学后获得，且有效期为学习者获得培训证书之日起的 3 年内。

（八）业绩类成果的学分认定和转换

1. 业绩类成果主要指个人取得学术、职业或其他方面的成果，包括但不限于创新创业、科学研究、社会服务、文化传承、竞赛奖励等。

2. 业绩类成果的学分认定和转换为学历教育课程的学分，原则上不得超过相关专业毕业总学分的 25%。

3. 学生获得的省级以上技能、专业竞赛等竞赛奖励奖项，根据竞赛内容、级别和名次，经各系（部）和学院审核后根据转换要求可认定和转换为相关专业对应课程的部分或全部学分。

4. 各级非物质文化遗产代表性项目代表传承人、技能大师和工匠大师，其所学专业与其专长相匹配，经各系（部）和学院审核后根据转换要求可认定和转换为相关专业对应课程的部分或全部学分

5. 职业经历、实习实践、志愿服务、创新创业、科学研究、社会服务、文化传承、专利版权等体现资历、资格和能力的学习成果，经各系（部）和学院审核后根据转换要求可认定和转换为相关专业对应课程的部分或全部学分。

（九）学分认定和转换程序

1. 由持有符合学分认定的相关材料（证书）的学生向系部提出申请，系部按照要求进行审核，审核合格后报教务处核查备案。

2. 各系部根据学生递交的相关材料和专业人才培养方案中的课程设置情况，进行相应学分认定和转换计算，计算结果计入学生学习成绩。

3.相关课程的学分认定和转换工作每学期进行一次。

4.学生递交的学分认定和转换相关材料必须真实有效，
否则不予认定。

（十）附则

本办法自公布之日起实行，由教务处负责解释。

附:

学生学分认定和转换申请表

姓 名		学 号		班 级	
系 部			专 业		
申请理由					
相关材料 (证书)说明	学生需提供本人可进行学分认定和转换的相关材料(学历证书、职业资格证书、获奖证书等原件及复印件)				
拟转换课程 名称			拟转换学分		
拟转换成绩					
以上内容由学生填写					
转换课程名称			转换学分		
认定学分			转换成绩		
转换课程教师意见:					
签字: 年 月 日					
系部审核意见:					
签名: (盖章) 年 月 日					
教务处核查意见:					
签名: (盖章) 年 月 日					

注: 1.此表一式四份, 学生本人、所属系部(存档)、任课教师、教务处各一份。

电子商务专业“以证代课”学分认定与转换一览表

序号	资格证书名称	对应课程	置换学分	学分合计
1	电子商务师	电子商务概论	4	10
		网店经营与管理	6	
2	网络营销师	新媒体营销	4	12
		市场营销学	4	
		营销心理学	4	
3	网店推广运营 1+X	网店推广	6	18
		网店经营与管理	6	
		图像处理	6	
4	社交电商 1+X	新媒体营销	4	4
5	直播电商 1+X	新媒体营销	4	12
		商品学	4	
		广告学	4	

山西运城农业职业技术学院

2022 级电子商务专业人才培养方案审核表

系（部）	经贸系	专业名称	电子商务	专业负责人	王静
参与制订人员情况	姓 名	职 称	工作单位	承担任务	备 注
	荆奋荣		运城市电子商务会	专业论证	
	张国锋		助创科技有限公司	专业论证	
	李鹏	中级	山西运城农业职业技术学院	专业论证	
	王静	中级	山西运城农业职业技术学院	专业需求调研、课程结构设计	
	秦佳	中级	山西运城农业职业技术学院	课程内容确定	
执笔人	王静		制（修）订时间		2022.05
教学系专业建设指导委员会意见	主任委员（签字）： 年 月 日				
系部审核意见	签名： 盖章 年 月 日				
教务处审查意见	签名： 盖章 年 月 日				
学院专业建设委员会意见	主任委员签字： 年 月 日				
院长办公会审批意见	签字： 年 月 日				
学院党委会审批意见	签字： 年 月 日				

山西运城农业职业技术学院教学进程变更审批表

申请单位			适用年级、专业	
申请时间			申请执行时间	
人才培养 方案教学进 程表变更内 容	原课程 信息			
	变更课 程信息			
变更原因				
系部主任意见		(签字) : 盖章: 年 月 日		
教务处意见		(签字) : 盖章: 年 月 日		
分管院长意见		(签字) : 盖章: 年 月 日		

《网店运营与管理》

课程标准

教务处

一、课程性质与任务

本课程是三年制电子商务专业的一门专业大类平台课程。课程整体设计方案以系统性、实用性和项目化为主要方向，服务国内电商人才需求，培养学生掌握网络开店的必备理论知识、基本流程和经营管理实践操作能力。

二、课程教学目标

本课程的教学目标是使学生能够掌握网上操作的基本理论和业务操作等方面的重要内容，培养学生从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的能力。

本课程从网店的运营筹划开始，学生需要精准定位，自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

1、知识目标

- (1) 理解网上开店的前期的运营筹划；
- (2) 掌握网上开店的基本流程、标题关键词的设置、运费模板的设置；
- (3) 掌握网店推广的各种方法的设置及原理；
- (4) 掌握网店客服话术；

(5) 掌握网店物流解决办法。

2、能力目标

(1) 能进行市场调研以及店铺定位；

(2) 能开设网上店铺；

(3) 能进行店铺装修；

(4) 能对网上店铺进行日常管理；

(5) 能进行店铺推广。

3、素质目标

(1) 培养学生的创业意识。

(2) 培养创新思维和灵活运用知识的能力。

(3) 培养具有团队协作精神。

(4) 培养具有认真、自主学习的能力。

(5) 培养分析问题、解决问题的能力。

(6) 培养具有良好的职业素养和勤奋工作的基本素质。

(7) 培养学生的诚信意识。

三、学时：64 学时

四、课程学分：4 学分

五、课程教学内容

章节	名称	主要内容	重难点关键词	学时	类型
1	运营筹划	洞察市场 精准定位 确定产品	了解市场规模的大小及其变化； 了解分析品类的发展方向；掌握 市场集中度和货品规划的流程及 方法；掌握货源选择及产品定价。	8	理论

2	网店开设	正式开店 商品管理 店铺管理	了解淘宝开店、店铺设置的流程；通过商品发布流程操作，熟悉电子商务平台发布商品的流程操作及技巧和注意事项；掌握装修模板使用，学会简单的店铺装修。	14	理论 + 实操
3	日常运营	客户服务 交易管理 物流管理	熟悉千牛工具的使用、订单管理、物流配送；掌握阿里旺旺快捷短语设置；掌握淘宝助理工具的使用方法；掌握日常运营管理中，各种订单的处理；掌握运费模板的设置及物流信息的查看，订单信息的上传等。	8	理论+ 实操
4	网店推广	搜索推广 平台推广 活动推广 社交推广	熟悉搜索推广的概念和方法以及平台推广工具直通车、钻石展位、淘宝客的操作方法；掌握店内促销、活动报名的流程和方法；掌握新媒体运营的途径和方法。	16	理论+ 实操
5	数据运营	流量分析 交易分析	理解各种流量指标和交易指标的含义；掌握各指标分析方法及所反应的问题；掌握订单分析、RFM客户分类。	12	理论 + 实操
6	运营管理	“人”的管理 “财”的管理 “物”的管理	掌握电商团队组建和管理以及成本核算、收支分析；掌握产品定价、库存管理。	6	理论

六、考核要求及成绩评定

序号	成绩类别	考核方式	考核要求	权重（%）	备注
1	期末成绩	期末考试	大作业	70	百分制，60分为及格
2	平时成绩	课后作业	6次	20	优、良、中、及格、不及格
3		平时表现	出勤情况	10	两次未参加课程则无法获得学分

注：此表中内容为此课程的全部考核方式及其相关信息。

七、教学建议

（一）教学方法

本课程建议采用混合式教学模式，综合运用自主学习法、课堂讲授法、案例分析法、分组任务法、模拟实战法等教学方法，优化教学过程，提高教学质量和效率。

（1）课堂讲授法

教师采用课堂讲授法对课程中的重点难点的教学内容进行讲授。任课教师通过分析、归纳、比较、举例、演示等讲授方式,使得学生能系统、全面、深刻地理解每个教学项目的整体结构、相关要点及知识点之间的区别与联系等。

(2) 案例分析法

教学过程中,穿插能够说明个人或企业电商运营实际情况的案例帮助学生理解学习情境、启发学生的思考和创造性思维。在各个教学模块中给出一个或多个典型案例,结合教学内容,引导学生积极思考和发言。提高学生分析和解决问题的能力、建立工作的思路,从而激发学生的创造潜能。

(3) 分组任务教学法

结合课程中各个教学模块设计项目专题和分组任务。教师根据教学模块设计专题任务;学生分为几个小组,一个小组就是一个工作团队,工作团队共同探讨和完成教学模块的项目任务。然后,小组汇总任务报告,进行班级分享并由师生共同点评。

(二) 教学条件

(1) 实训场地

建立电子商务实训室,为学生提供模拟实验环境和互联网实战操作环境。模拟实验环境通过机房安装教学模拟软件实训,保障电商运营业务实训内容的完整性和可控性;互联网实战环境通过接入互联网实训,保障学生成功申请电商平台账户并进行实际运营操作。

(2) 实训设备

准备足够的教学设备及实训资料。安装好电商教学所需的模拟实训软件和其它相关软件,准备电商业务所需的实物展台、数码摄像机等教学设备实务;配备多媒体投影仪。

(三)教材选编

《网店运营与管理》,葛青龙主编,2018 年,电子工业出版社。

耿小红

课题	网店基本信息的设置及商品分类管理	
课时	2 学时	
教学目标	知识目标： 1、掌握店铺名称的起名要求及注意事项； 2、掌握店标、店招的设计要求及上传流程； 3、掌握店铺简介及店铺介绍的重点内容； 4、理解商品分类的意义并能进行正确分类； 5、掌握子账号的设置。 技能目标： 1、能够独立对店铺的基本信息进行设置； 2、能够设立子账号并查看聊天记录。 素质目标： 1、培养学生团队协作的精神； 2、培养学生遵守法律法规的意识；	
教学重点	网店店招、店标设置；商品分类管理。	
教学难点	网店店招、店标设计	
教学方法	讲授法、演示法、实操训练法	
教学用具	多媒体、投影仪	
教学设计	复习导入——新课讲授——任务实操——课堂小结——作业布置	
教学内容	主要教学内容及步骤	教学意图

考勤	点名	明确上课人数，请假人数及原因。
复习导入	商品发布指的是卖家通过淘宝平台上架出售各种商品，商品的发布按照系统提示步骤操作即可完成。虽然商品发布的流程很简单，但是商品标题的设置、主图的优化及详情的描述却非常重要，会直接影响商品的曝光率及点击率。 商品发布后，网店就进入运营状态。在网店日常的管理中，卖家需要用到一系列工具，如在线沟通工具千牛工作台、支付工具支付宝、网店管理工具淘宝助理和店内营销工具优惠券等。合理利用和熟练使用这些工具，可以有效提高卖家的工作效率。	复习上一个章节的内容，引入本节课内容。
传授新知	网店基本管理 一、网店的基本设置 卖家按"千牛卖家中心"→"店铺管理"→"店铺基本设置"的顺序点击,即可对店铺基本信息进行编辑,完善店铺。 1、设置店铺名称 店铺名称要简短、通俗，避免使用生僻繁杂字，同时要避免使用数字和字母。店铺名称具有唯一性，如果提交审核时存在重名，设置会失败，需要更换店铺名称并重新提交。 2、上传店铺标志 淘宝店铺标志简称店标。店标要体现网店的风格、店主的品位、商品的特性等，应起到宣传的作用。店标的文件格式可以是 GIF 、 JPG 、 JPEG 、 PNG ，大小为 80KB 以内，建议尺寸为 80 像素 x80 像素。 3、填写店铺简介	课堂演示网店基本信息的设置及商品分类管理。更直观的让学生了解信息设置的流程，注意事项。

	店铺简介会加入到店铺索引中。店铺简介的编辑格式为"【掌柜签名】./【店铺动态】.../【主营宝贝】.../"。 4、填写店铺介绍 在店铺介绍区可填写网店的整体情况，这也是宣传网店的一种方式，可以只简洁明了地介绍网店的基本信息，也可以详细介绍网店的开店时间、主营商品、促销信息、物流方式、售后服务、联系方式、温馨提示等更多内容。 二、商品分类管理 淘宝网将商品分为不同的属性类目，卖家需要为发布的所有商品选择相应的类目属性，如服装、箱包等，这样做是为了方便买家在站内进行分类查找。 按"店铺管理"—"宝贝分类管理"的顺序点击，即可进入"宝贝管理"页面，从中可对商品进行分类管理。 三、子账号管理 子账号业务是淘宝网及天猫商城提供给卖家的一体化员工账号服务。卖家使用主账号创建员工子账号并授权后，员工可以利用子账号登录旺旺接待买家咨询，或登录千牛卖家中心管理网店，主账号可对子账号的业务操作进行监控和管理。 1、创建子账号 按"千牛卖家中心"—"店铺管理"—"子账号管理"的顺序点击。 2、子账号分流 当客户咨询时，参与分流的子账号就可以接到客户的信息；相反，不参与分流的子账号就只能接收咨询过的客户的信息，不会收到新客户发送的信息。	店标、店招的选取与设计，切忌抄袭。
--	---	-------------------

	进入子账号管理页面，按"客服分流"→"分组设置"的顺序点击 3、查看子账号聊天记录 在子账号管理页面中按"监控查询"→"聊天记录"的顺序点击，在其中输入员工账号或客户账号和操作时间，即可查询子账号的聊天记录。	
任务实操	1、进入"店铺基本设置"页面，选一张文件大小在80K 以内的图片，作为店铺标志。 2、在"店铺名称"文本框中填入店铺名称，要能够准确表达出店铺的经营内容，可以使用一些与品牌、评价、促销、特色有关的关键词。 3、在"店铺简介"中填入主营产品，多项内容可用空格或符号进行分隔。 4、简洁明了地介绍店铺的基本信息，也可适当介绍网店的开店时间、主营产品、促销信息、物流方式、售后服务、联系方式、温馨提示等更多内容。 5、对商品进行合理的分类，分类名称要求表达清晰、准确，让人一目了然，可以单纯用文字进行分类，也可以插入分类的图片。 6、为自己的淘宝网店设置子账号，并进行子账号分流管理。	学生动手操作，加强学生对理论知识的理解，提升学生知识向技能的转化。
课堂小结	淘宝网店开通之后，网店名称、网店标志、网店介绍等信息都是默认状态，需要卖家进一步设置。网店基本信息设置好之后，卖家就可以发布商品进行销售了，销售之前卖家需要对商品进行合理分类，以便更好地对商品进行分类管理。同时，卖家还可以使用主账号创建员工子账号并授权，这样，网店员工就可以用子账号接待买家或登录千牛工作台帮助管理网店了。	回顾课堂知识，构建清晰的知识框架。

作业布置	1、单项选择题（见教材） 2、简述创建子账号的步骤。	
------	-------------------------------	--

课题	网店装修
课时	2 课时
教学目标	知识目标: 1. 了解网店装修的主要内容。 2. 掌握网店装修布局的基础理论知识。 技能目标: 1. 具备手机端网店页面和电脑端网店页面的装修的能力。 2. 具备商品详情的装修的能力。 3. 掌握网店装修的方法, 培养优化店铺的能力。 素质目标: 1. 让学生熟知本门课的重要性的对电商职业的憧憬, 树立正确的社会价值观。培养学生创业意识和创业精神。 2. 培养学生的“工匠精神”, 具有脚踏实地、坚持不懈、持之以恒的精神。 3. 培养学生审美能力, 激发学生创造创新能力。 4. 培养学生团队协作能力, 激发作为电商人的使命担当, 具有服务地方经济的意识和报效家乡的情怀, 为乡村振兴做贡献。
教学重难点	1. 网店装修的布局设计。 2. 优化宝贝图片和店招的美化
教学方法	讲授法、案例法、演示法
教学用具	电脑、教师演示系统
教学设计	教师演示(装修的基本方法)→学生实践

考 学 内 容	主要教学内容及步骤	教学意图
新课 导入	电子商务时代，由于网络的虚拟性，图片、文字及视频成为展示商品与传达信息的主要途径，因而视觉因素在交易过程中起到的作用是非常重要的。网店装修的好坏直接影响买家对网店的第一印象，专业、美观的网店页面不但能为网店的商品加分，还能增加买家对网店的信任。	讲授法
传授 新知	一、网店装修基础 1.1 网店装修的目标 对于网店而言，装修的目标是要能够体现本网店的风格，方便买家浏览与购买，为买家带来良好的购物体验，使买家对网店产生认同感和信任感。网店的视觉元素主要体现在网店整体规划设计、页面布局、广告焦点图设计、商品主图及商品详情页设计等方面。 网店装修时主要考虑的是网店的风格和布局、商品展示和浏览体验。首先，网店装修要风格统一、布局整齐。其次，商品展示要明确。 1.2 网店装修的内容 网店页面装修设计对象是首页、活动页及商品详情页。 通过卖家中心或千牛工作台的“店铺管理”→“店铺装修”，可以对电脑端页面或者手机端页面进行装修。 电脑端页面主要包括基础页（包括首页和店内搜索页）、宝贝详情页、宝贝列表页、自定义页、大促承接页和门店详情页等。手机端页面包括手机淘宝首页、自定义页面和分类页。 1.3 网店装修的方法 网店目前主要有旺铺基础版和旺铺智能版等版本。智能版在基础版的基础上提供了更丰富的移动端装修功能和营销工具，能够提升网店的装修效率和数据化运营能力，一钻以下的卖家可以免费试用。 网店装修可以通过两种方式实现，一是购买服务市场的装修模板，二是利用系统提供的模块进行自主装修。 二、手机端页面装修 2.1 手机端页面的装修包括页面基础设置、页面装修和模块管理三方面的内容。 进入手机装修页面，点击左侧的“基础设置”，进入店铺设置页面，可以对手机网店的基础信息、导航及分类进行设置。	【小贴士】 “视觉营销”的概念提出于 20 世纪七八十年代的美国。视觉营销属于营销技术的一种，它是一种视觉呈现，通过大众直观的视觉广告进行商品的营销。对于网店而言，视觉营销就是利用视觉造成的冲击力吸引潜在买家的关注，提升网店的流量，刺激潜在买家的购物欲望，从而使流量转变为购买行为。 手机端页面装修： 演示教学法

	“基本信息”包括店铺名称、店铺 Logo 及店铺地址，其中店铺 Logo 可在多个页面中使用，包括搜索页、店铺首页及详情页等，要求图片尺寸是 120 像素×120 像素，格式为 JPG。 “导航设置”可以对店铺商品页面的导航进行设置，默认包括“全部”“新品”和“活动”三个导航，可以添加新的导航。 “分类设置”可以对店铺的商品分类进行编辑，合理的商品分类有利于提升用户的浏览体验，使其快速找到需要的商品。点击“新宝贝分类页面”右侧的“装修页面”链接，即可对店铺宝贝分类页面进行设置。 2.2 页面装修 进入手机页面管理页面，点击左侧的“页面管理”，可以对手机网店的首页、活动页、新品页、微淘页、大促承接页、店铺印象页、店铺搜索页及自定义页面进行装修。 选择要装修的页面，点击其右侧的“装修页面”即可链接到相应的装修页面。新旺铺增加了“容器”功能，页面布局（模块上下顺序）由容器来管理和控制，不同容器允许放置不同数量的模块，但具体展示哪个模块则由算法根据买家的行为偏好进行决定，从而达到对点击率、转化率的优化。 2.2.1 页面风格与布局 手机端页面需要注意风格统一，但是由于手机屏幕尺寸有限，网店呈现的内容一定要简洁明了，文字信息要尽量少，以图为主。此外，色彩要尽量采用相对鲜亮的颜色，否则显示不清晰会影响买家的浏览体验。 2.2.2 容器与模块编辑 手机端页面装修是通过容器进行布局控制的。页面装修流程为：拖入容器→创建模块→放置模块→保存页面→发布页面。新版旺铺中主要有四类容器，分别是宝贝类、图文类、营销互动类和设计师，不同类别的容器内只能放置相应的模块，目前设计师容器暂未上线。 1. 宝贝类容器 宝贝类容器包括排行榜、智能宝贝推荐、系列主题宝贝和鹿班智能货架四种。 2. 图文类容器 图文类容器包括轮播图海报、单图海报、店铺热搜、文字标题和多热区切图五种。 3. 营销互动类容器 图文类容器包括店铺优惠券和裂变优惠券两种，能够展示商家设置的优惠券活动。 【例 1】对手机端店铺首页进行装修，添加“单图海报”容器和模块。 （1）将“单图海报”容器拖入首页，并选中该容器，	网店装修内容：演示教学法
--	--	---------------------

	点击右侧的“添加模块内容”。 (2) 在弹出的窗口中点击“编辑”，进入单图海报编辑页面。 (3) 输入模块名称，上传图片或利用系统提供的智能作图工具制作海报图，并且选择跳转链接，然后点击页面右上方的“保存并发布”按钮。 (4) 返回页面，勾选该单图海报模块，并确认。 (5) 可以看到，手机端店铺首页能够展示出该单图海报。 (6) 此时单图海报容器内有一张单图海报，如果想在单图海报区域呈现千人千面的效果，可以在右侧编辑区继续添加单图海报，方法与前面相同。 2.3 模块管理 模块是用于实现功能、表达内容的具体载体，是构成页面的必备要素。页面装修也可以先在“模块管理”页面创建好所需要的模块，然后再在“页面管理”页面拖入容器，并选择相应模块放置在容器内，最后保存并发布页面。 在“模块管理”页面中，可以点击“创建模块”创建具体模块，也可以通过点击已创建模块上方的“预览”“编辑”及“删除”按钮，对该模块进行管理。 【例 2】创建“多热区切图”模块，实现店铺商品的分类导航。 随着移动互联网的发展，淘宝网的业务逐渐向无线端倾斜，手机端作为无线端的主要载体，其网店浏览量与成交量已经远远超过了电脑端，可以说，手机端已经成为商家竞争的主要阵地。因此，手机端网店的装修比电脑端网店的装修更为重要。 手机端页面的装修界面与电脑端页面装修基本相同，从左侧模块列表中拖动相应模块到预览图中，然后在右侧编辑器中进行编辑即可。 三、电脑端首页装修 3.1 首页的风格和布局设计 1. 首页的风格设计 淘宝智能版提供了丰富的网店风格，在页面装修界面左侧“配色”菜单下可以看到有 24 种风格，涵盖了多种色调，有草绿色、粉红色、天蓝色、黑白色、鹅黄色、棕灰色、咖啡色、浅灰色、紫黑色、深蓝色等。风格对于网店装修至关重要，适合的风格会强烈地影响买家的购买行为。 当为网店选择了系统默认的配色方案后，会在导航、各模块标题上应用该配色。 2. 首页的布局设计 网店页面装修时，首先对网店的整体页面进行布	网店装修方法：案例展示不同装修方式的效果
--	--	-----------------------------

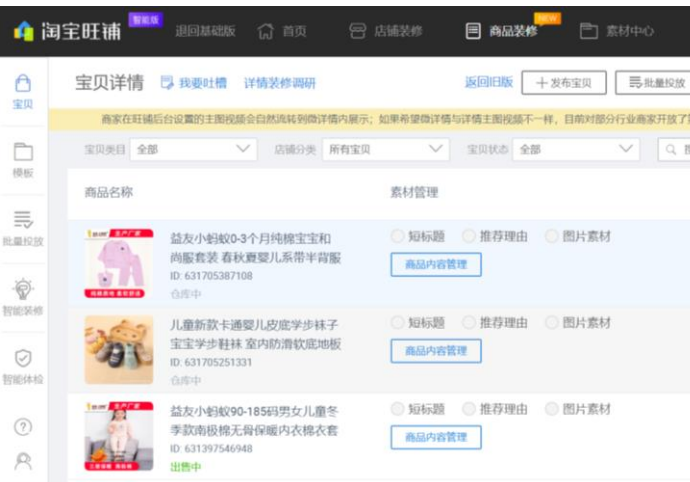
	局。页面布局首先要有条理，其次要有层次感。 店铺页头 店铺招牌 导航 全屏轮播 宝贝分类（横向） 自定义内容区 自定义内容区 宝贝推荐 + 添加布局单元 请拖入模块 店铺页尾 3. 合理安排模块的位置 页面的整体布局设计好之后,就可以将功能模块直接拖入相应的布局区域并进行编辑操作。对于电脑端页面,装修系统提供的主要功能模块如表 5.2 所示。在实际设计中可根据需要选择具体的功能模块。 3.2 主要模块区域设计 下面介绍店铺招牌、导航、图片轮播、促销活动区等区域的设计。 1. 店铺招牌 店铺招牌(简称“店招”)是网店首页的主要内容,用来展现网店的特色,打造网店品牌。店铺招牌应当能够让买家对网店的名称、经营范围以及商品特色一目了然。 (1)店铺招牌的尺寸。店铺页头高度为 150 像素(已包含导航),一般淘宝网店建议招牌尺寸为宽 950 像素、高 120 像素,如果招牌的高度加上导航高度刚好为 150 像素,可避免出现发布后导航被挤掉而不能显示的问题。 (2)店铺招牌编辑。店铺招牌有默认招牌、自定义招牌两种类型。默认招牌是一张背景图片,根据是否需要选择是否显示网店名称。背景图片可以通过选择淘宝网图片空间中的图片或本地上传图片的方式插入,最后保存即可。 注意:编辑好店铺招牌模块之后,需要发布才能在客户端显示,其他模块同样如此。 2. 导航 网店导航是买家浏览网店的快捷通道,它可以帮买家从一个页面跳转到另一个页面。设置导航的目的是给	PC 端店铺的布局:促销活动有时候也可以放在商品分类上方。各区域可以包含多个模块。 电脑端首页装修:演示教学法
--	--	---

	买家提供清晰的指引，因此，导航内容应当保证店内商品、促销活动、优惠能被买家看到，从而提高浏览率和转化率。 导航模块可以采用系统提供的默认模块来编辑，打开导航编辑器，点击“添加”就可以添加导航内容了。 导航还可以通过层叠样式表（Cascading Style Sheets，CSS）设定样式以制作出具有丰富个性的导航条，具体方法为：在“显示设置”选项卡的输入框中输入 CSS 代码，然后点击“确定”按钮。 3. 图片轮播 图片轮播可以让网店在有限的空间内尽可能多地轮流展示商品的信息，如爆款、促销、特价等。如果没有“图片轮播”模块，可以在网店装修页面的布局管理中添加“图片轮播”或“全屏轮播”模块。图片轮播一般应当放置在首页重要的位置，如放在页面主体的顶部等。 【例 3】为网店添加全屏轮播模块，展示店内主推商品的信息。 4. 促销活动区 店内促销活动区主要用于展示满减、包邮、红包、优惠券、抽奖等促销活动，对提升店铺流量有一定帮助。促销活动区一般放置在首页上方比较醒目的位置，能够有效地吸引浏览者的视线。 在促销活动区可以添加红包、满返、购物券等模块，这些模块必须先设置相关活动，才可以在客户端展示。 5. 商品分类 商品分类有竖向和横向两种形式，竖向模块尺寸为 150 像素（指宽度，下同），包括默认分类和个性化分类两种，其中，默认分类显示所有的商品分类，而个性化分类可以根据需要选择部分分类来显示。横向模块尺寸为 950 像素。 6. 商品展示区 商品展示区主要用于展示商品，既可以通过系统自带的“宝贝推荐”等模块进行展示，也可以使用自定义内容展示。 通过自定义内容区也可以展示商品，其过程是利用专业网店装修工具选择商品展示模板，提供商品链接提取信息，然后生成代码，并将代码复制到自定义内容代码编辑窗口。 7. 页尾设计 一般要为页尾部分添加“自定义内容区”模块，卖家可以根据需要加入图片链接、公告信息、促销信息等。 四、商品详情装修	
--	---	--

商品的详情装修主要包括单个商品详情装修、商品详情批量投放和智能详情装修三种。

4.1 单个商品详情装修

点击“商品装修”，左侧导航“宝贝”所链接的页面可以对单个商品的详情进行装修，主要有商品内容管理、装修详情和上传主图视频的功能。



默认详情页与商品详情的区别：
默认详情页主要编辑的是详情模版，对应用该详情页模版的所有商品有影响；商品详情只影响单个商品的详情页面。

4.2 商品详情批量投放

店内许多商品详情都有共同的内容，如商家品牌、商家公告、商家营销活动等，如果每个商品都要单独制作的话，重复劳动太多，会影响工作效率，而批量投放功能就是用来解决这个问题的。其操作过程是先选择模块，然后进行投放设置，选择投放在哪些商品的详情，最后确认投放。该功能可以投放店铺活动、优惠券、店铺推荐、群聊、品牌介绍和商家公告等模块。

【例 4】制作商品公告模块，利用批量投放功能投放在店内所有商品上。

4.3 智能详情装修

智能详情装修是利用已有的详情模板和商品的图片素材自动生成商品详情图，能够快速提高商品详情的制作效率，其基本操作过程是：点击“智能装修”→选择模板→勾选商品→上传每个商品的图片素材→预览并发布。

在选择模板时，有定制专属智能模板、空白模板和系统模板等三种类型。

(1) 定制专属智能模板：需提前做好 PSD 格式的商品详情图，且大小控制在 60M 以内。系统会根据上传的 PSD 文件自动将其转换成系统模板。

(2) 空白模板：提前准备好详情图素材图，并按照数字序号为素材图命名。系统会根据素材图序号按从小到大的顺序依次从上到下拼接成详情图。

(3) 系统模板：按照系统提供的模板示例提前准备商品素材图，以获得最佳的排版效果。

任务实操 (如果有实操)	实训任务一：电脑端网店装修 1. 对电脑端网店首页进行装修，添加基础模块，如店铺招牌、导航、图片轮播、营销活动、商品分类和商品推荐等，并利用“稿定设计”等辅助装修工具对其进行编辑。 2. 对各商品进行商品详情页装修。 3. 在商品详情页面批量投放店铺商品推荐。 实训任务二：手机端网店装修 1. 对手机端网店首页进行装修。 2. 在同一个容器内放置多个模块，实现千人千面。	
课堂小结	网店装修不仅是网店运营的基础，也是提升网店形象的关键。好的装修会让人赏心悦目，增加买家对网店的信任。 本章首先介绍了网店装修的基础知识，包括装修的目标、装修的内容及装修的方法等。网店装修的主要目标是体现网店风格，给买家带来良好的浏览体验，使买家对网店产生认同感和信任感，进而促进销售。网店装修主要包括手机端页面装修和电脑端页面装修，由于目前无线流量占据主要地位，所以本章着重讲解了手机端页面的装修。商品详情装修也是店铺运营的关键环节，当店内商品需要自己编辑详情时，可以通过店铺装修的“详情装修”功能来提高工作效率。	
作业布置	1. 在网店首页上如何展示商品才能够使买家的浏览体验更好？ 2. 手机端页面装修的过程是怎样的？	

耿小红



课题	网店定位
课时	2 课时
教学目标	知识目标: 1. 案例引入市场定位 2. 网店经营类目的选择 3. 网店目标人群定位 4. 网店定位的方法 技能目标: 1. 了解市场情况及竞争情况精准定位 2. 掌握市场定位及店铺定位的方法 3. 自行确定经营的产品种类并制定价格, 素质目标: 1. 培养学生的创业意识 2. 培养创新思维和灵活运用知识的能力 3. 培养分析问题、解决问题的能力
教学重难点	1. 了解市场规模的大小及其变化 2. 分析品类的发展方向 3. 掌握市场集中度和货品规划的流程及方法 4. 源选择及产品定价
教学方法	自主学习法、课堂讲授法、案例分析法、分组任务法、模拟实战法等教学方法
教学用具	多媒体教学设备, 粉笔
教学设计	教师演示---学生实践

	主要教学内容及步骤	教学意图
新知识 导入	案例导入： “乞丐的目标市场定位策略是什么？” 归纳总结市场定位的含义及重要性。 展示案例，引导学生观看/分析案例。	展示案例，引导学生观看/分析案例。引导学生思考、讨论及发言。 板书、讲解。 引导学生进行案例分析、讨论及发言。
	提出问题：服装类目网店如何才能做好目标市场定位？ 1、如何细分市场？ 2、如何分析市场？ 3、如何定位市场 4、归纳总结“寻找市场定位”的含义。 教师讲解市场定位的步骤。 1. 调查研究影响定位的因素； 2. 选择竞争优势和定位策略 3. 确定定位方案； 4. 准确传播网店的定位观念。 1.1 市场分析 1. 市场分析的概念与意义 （1）什么是市场分析 市场分析指的是为了一定的商业目的，通过科学的方法，对市场的规模、结构、周期及消费者进行经济分析的行为。 首先，市场分析必须要围绕商业目的，才能让分析行为有的放矢，更加高效。 其次，市场分析需要借助系统、科学的数据统计分析方法，在采集数据时需要注意数据来源的准确性 （2）市场分析的内容 市场分析是围绕一定商业目的而展开的经济行为，那么到底这些商业目的有哪些呢？针对电商环境，可以从以下四个方面展开市场分析： ① 分析市场规模的大小及其变化 ② 分析品类的发展方向 ③ 分析消费者的消费层次	针对问题进行思考、讨论和分析，加深对学习内容的理解，提高 分析问题、解决问题的能力 和语言表达能力。学生掌握吸收。 针对视频进行思考、讨论和分析，加深对学习内容的理解， 分析问题、解决问题的能力 和语言表达能力。

④ 寻找行业发展的周期规律

1.2 竞争分析

1. 竞争分析的概念与意义

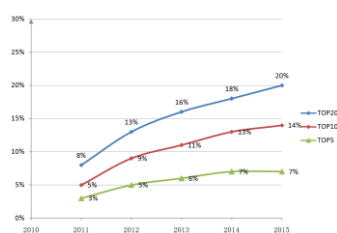
(1) 什么是竞争分析

竞争分析是指企业通过科学的统计和分析方法，确认目标竞争对手，分析竞争对手的数据，并对他们的发展目标、拥有的资源、自身的能力和当前的战略等要素进行评价，从而决定自身企业的战略。

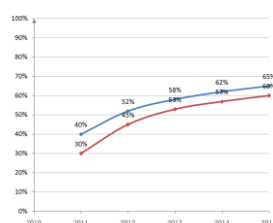
(2) 竞争分析的目的和意义

- ① 对整个行业目前的竞争激烈程度以及未来的走势进行分析和预判。
- ② 把竞争对手进行分层，锁定目标竞争对手；
- ③ 分析竞争对手的发展目标、拥有的资源、自身的能力及当前的战略。

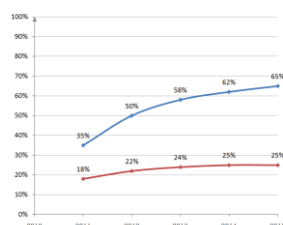
(3) 行业发展的三种状态



散点式的市场

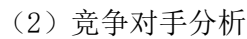


块状同质化市场



团状异质化市场

2. (1) 竞争品牌分析



2.1 市场定位

1. 定位的概念

2. 行业定位（大众化定位、差异化定位、细分化定位）

3. 大众化定位

(1) 人卖亦卖

(2) 红海聚集 (蓝海)

(3) 杂货类型

(4) 追踪爆款

4. 差异化定位

（1）理念差异

（2）赢利模式差异

(3) 风格差异

(4) 受众人群差异

5. 细分化定位

(1) 一级类目向二级类目扩展

(2) 横纵和纵横

(3) 细分风格

(4) 精细化二级类目或三级类目

2.2 店铺定位

1. 店铺类型的定位 (1. 选择那个平台; 2. 开设店铺类型, 个人店还是企业店)

2. 赢利模式的定位

3. 风格文化的定位

4. 目标客户群体的定位

	(1) 性别 (2) 年龄 (3) 职业 (4) 场景 (5) 风格 5. 如何调整店铺定位 3.1 货品规划 1. 货品规划的概念 货品规划就是根据市场分析、竞品分析、产品测试分析的数据结果及企业的营销目标、策略，规划各类别的产品结构占比、各款产品的定价以及营销定位，指导货品的组织及生产。 2. 品类规划的方法 (1) 类目覆盖 (2) 属性覆盖 (3) 系列规划 3. 产品营销定位 (1) 引流款 (2) 利润款 (3) 活动款 ① 清库存 ② 冲销 ③ 体验品牌 (4) 形象款 2. 进货渠道 (1) 厂家货源 (2) 批发市场 (3) 1688 进货 (4) 品牌代理商、经销商 3. 货品选择 (1) 价位 (2) 数量 (3) 市场需求 (4) 质量 (5) 持续优化	
--	---	--

任务实操（如果有实操）	➤ 实训内容与步骤 1. 进入一家网店首页，查看左边的创店时间及店铺所在地； 2. 进入信用评价自定义页面，查看评价数、好评率、虚拟与实物交易，以及消费者保障承诺履行情况； 3. 单击“所有宝贝”按钮，进入并按销量排序，查看店铺销售比较好的宝贝，并分析这些宝贝针对的消费群体。	
课堂小结	本章介绍了分析市场规模的大小及其变化、分析品类的发展方向、消费者的行为及行业发展的规律，分析市场的集中度、竞争品牌、竞争店铺及竞争产品，市场定位、店铺定位，货品规划的概念、目的、流程，以及货品规划的一些方法，货源选择及产品定价。	
作业布置	课后项目测试	

郭小红



课题	网店 SEO 推广	
课时	2 课时	
教学目标	知识目标： 1. 了解 SEO 的含义及在网店推广中的重要作用； 2. 理解影响网店 SEO 推广的因素； 3. 掌握网店 SEO 推广优化工作的内涵 技能目标： 1. 能够正确识别出网店 SEO 推广中存在的问题； 2. 能够独立的完成网店 SEO 推广的优化工作。 素质目标： 1. 培养学生团队协作的精神； 2. 培养学生诚信经营的理念； 3. 培养学生遵纪守法的法律意识。	
教学重点	网店 SEO 推广的优化	
教学难点	网店 SEO 推广的优化	
教学方法	讲授法、讨论法	
教学用具	多媒体、投影仪	
教学设计	问题导入——讲授新课——学生讨论——问题讲解——课堂小结 ——作业布置	
教学内容	主要教学内容及步骤	教学意图

考勤	点名	明确上课人数，请假人数及原因。
新课导入	大家在日常生活或工作中，都有使用百度或 360 搜集查找资料的习惯，当我们在搜索框中输入信息的关键字后，搜索结果会以一定的顺序进行展示。有没有同学思考过，这些搜索结果是按什么排序的？为什么有的搜索结果排序在前，有的搜索结果排序靠后呢？	引发学生的思考，从而调动起学生的上课积极性。
传授新知	一、SEO 及 SEO 的重要性 （一）SEO 即搜索及优化，是指遵循搜索引擎工作原理，使商家的信息在搜索引擎结果中自然排名中靠前，从而引起客户关注，促进客户成交的活动。 通常指 SEO，主要包括综合类搜索引擎。如谷歌、百度、360 的自然排名活动等。以及平台类搜索，如淘宝、京东、拼多多上面的自然排名活动。 （二）曾经在 PC 时代，几乎绝大多数的网络活动都是基于搜索的。因此，通过搜索引入流量促进成交，是那个时代网络推广的核心手段。 1、最方便、最快捷的入口； 2、大量客观流量； 3、流量精准； 4、流量免费 SEO 网店推广是商家网络推广的首选	了解网店 SEO 推广的含义及 SEO 推广的重要性，明确 SEO 推广仍然是商家进行网络推广的首选手段。
学生讨论	影响网店 SEO 推广的因素有那些，并进行说明。	激发学生学习兴趣，提升学生对理论知识的理解程度。
问题讲解	二、影响网店 SEO 推广的因素 遵守规则，不能出现违规；商品的人气，商品的文本关键词，店铺标签、店铺类型、特色服务、	传授理论知识

	服务水平、交易等级、商品类目选择、客单价、上下架时间等因素。 三、如何做好网店 SEO 推广工作 1、一是做好店铺的类型、特色服务等工作。 店铺的类型其实是影响商家宝贝排名的内在因素。超市店铺权重>天猫店铺权重>淘宝 C 店 这是平台对商家的入驻要求决定的。一般而言，平台对于入驻超市的商家及商品要求是最为严格的，其次是天猫商城店铺，最后才是淘宝 C 店。相应资质要求越严格，也就意味着商家的商品质量、服务更有保障。尽管现实并不一定完全如此，但是一般而言是这样的。 当商家提供的特色服务比较多时，对商品排名也会有一定的促进作用。比如七天无理由退换货、运费险、退货承诺、破损包邮、88VIP 等。毕竟服务更多意味着客户得到的保障也就更多，自然对客户有利的商家和商品更有资格排名靠前。 2、做好商品发布的类目工作。 一般搜索展示是基于客户搜索内容来判断宝贝所在类目，从而进行类目宝贝展现的过程。因此，当宝贝类目发布错误时，平台就无法将错发类目的宝贝展示出来，也就没有了所谓 SEO 排名了。因此，保障发布宝贝类目正确是宝贝 SEO 排名的前提条件。 对于一些多重属性、类目比较多元化的商品就容易出现类目发布混淆的问题。可以利用工具、生意参谋、看店宝、店查查等对竞品进行分析，从而确定商品类目。 3、做好商品的文本关键字工作。	
--	--	--

	文本关键字是影响 SEO 排名推广至关重要的因素，毕竟 SEO 还是以搜索为基础的。 比如客户在搜索碧螺春茶叶、碧螺春、茶叶碧螺春的时候，同一商品的搜索结果排名不同，其实这就是文本关键字起到的因素。选词不同，布局的位置不同，搜索结果排名就会有所不同。因此，文本关键字因素是影响 SEO 排名的重要因素。 4、是做好商品人气工作。 在影响网店推广的因素里面。店铺类型、类目选择、文本关键字固然重要，但是在常规运营中，最核心的因素还要属于人气因素。人气因素简单来说，就是商品的受欢迎程度。 人气因素包含那些指标呢？在淘宝体系里，一个宝贝受欢迎程度主要是通过成交量、转化率来体现。另外，商品加入购物车、收藏、点击、浏览、咨询等指标，也属于商品人气的范畴。 这些指标通常都是一个周期的考核指标，一般可以划分为 28 天、14 天，甚至是 7 天。 新品初期破零，提升新品人气指标，从而引发客户关注，促进购买，使新品进入正向循环。但在人气工作中需要注意的是，第一，要杜绝刷单，避免违规。第二要注意节奏，观察好同行的成交量和转化率，逐步发力，不要发力过猛，以至于后续难以持续。 5、做好店铺和商品的标签工作。 网店运营趋向智能化，平台可以通过对客户历史购买数据的分析，发现不同客户不同的购买特征，将其定义为不同的标签。同样的道理，由于同一店铺、同一商品，由于其定位及购物人群的统一性，	
--	---	--

	店铺和商品通常也会被打上对应的标签，这样平台就会根据不同客户的购买习惯，在平台首页、搜索结果以及广告中推荐标签匹配的商品给对应的客户。这就是淘系平台的千人千遍。比如头条、抖音、快手都有这样的内容推荐机制，都是根据店铺和人群标签进行相应匹配的。 店铺标签打造的越精准，平台就会把商家搜索排名放置更加突出的位置，为商家推荐更多有价值的流量，就会促进店铺成交转化。如果店铺标签打造错误，就算平台推荐再多的流量也不会有相应成交人群，这样系统就不会再为商家推荐流量。因此，对于商家而言，在运营中，商品标签的打造，避免出现标签混乱的问题。 6、避免违规。 前面在平台规则那里我们学习，违规会带来各种不良影响，其中搜索降权是影响表现的结果之一。 常见的违规行为，比如虚假交易，换宝贝、重复铺货、广告商品、错放类目和属性、标题关键字滥用、SKU 作弊、价格不符、运费不符、标题图片价格描述的不一致等。这些违规行为都会造成直接搜索降权、商品 SEO 排名下降。 违规程度不同带来宝贝的降权期也是不一样。短的 30 天，长的甚至需要叠加，甚至会造成宝贝下架乃至全店宝贝下架。 第七，做好店铺的其他因素，如店铺的等级及店铺的成交规模。等级越高，一般意味着店铺权重。权重越大，平台为店铺倾斜的流量就越高，排名相对突出。除了店铺等级外，还有宝贝的上下架的时间因素、店铺服务评价、及时回复率、退货率、投	
--	--	--

	诉率等一系列的因素。	
课堂小结	本节课，从什么是 SEO，SEO 的重要性，影响 SEO 的主要因素及如何做好 SEO 工作等方面进行了详细的讲解，让同学们理解了 SEO 是商家进行网络推广的重要手段，同时掌握了影响 SEO 推广工作的因素，比如店铺类型、商品类目、商品人气、商品文本关键词、商品及店铺违规操作等。真正把握了 SEO 推广工作的内涵，一切以服务客户、提升客户的体验为准则。	回顾课堂知识，构建清晰的知识框架。
作业布置	“孕妇连衣裙”能发布在女装——女士精品——连衣裙类目吗？如果不能，为什么？应该发布在那个类目下？	

山西运城农业职业技术学院 2022——2023 年度第一学期经专 21611

《网店运营与管理》课程教学授课计划

教师：王静

2021 年 8 月 30 日

次	学时	理论教学内容	实践教学内容	教学方法	教学场所	课外课题活动
1	2	模块一 运营筹划 洞察市场		讲授法、分析讨论法	教室	品类选择
	2	精确定位		讲授法 案例分析法	教室	店铺定位
2	4	确定产品	产品确定	讲授法、讨论法	教室	确定自己网店的的产品
3	2	模块二网店开设正式开店	开设自己淘宝店铺	讲授法、演示法	教室	制作商品图片

	2	产品上传		讲授法、演示法	教室	
4	2		上传自己店铺产品	实训	教室	
	2	店铺装修		讲授法、演示法	教室	
5	4	店铺装修	装修自己的店铺	实训	教室	
6	2	项目三日常管理 订单管理		讲授法、演示法	教室	
	2	交易管理		讲授法、演示法	教室	
7	2	客服管理		讲授法、演示法	教室	

山西运城农业职业技术学院 2022——2023 年度第一学期

经专 21611 《网店运营与管理》课程教学授课计划

教师：王静

2022 年 8 月 30 日

周次	学时	理论教学内容	实践教学内容	教学方法	教学场所	课外课题活动
	2	项目四营销推广 SEO 推广		讲授法、案例分析法	教室	
8	4		优化SEO	实训	教室	
9	2	直通车		讲授法、演示法	教室	
	2		直通车设置	实训	教室	
10	2	钻石展位		讲授法	教室	
	2	营销工具设置		讲授法、演示法	教室	

11	4	国庆节假				
12	4		设置店内营销工具	实训、讨论法	教室	
13	4		交易管理、订单管理	实训	教室	
14	2	项目五 流量指标		讲授法、演示法、讨论法	教室	
	2	交易指标		讲授法、演示法、讨论法	教室	

山西运城农业职业技术学院 2022——2023 年度第一学期

经专 21611 《网店运营与管理》课程教学授课计划

教师：王静

2022 年 8 月 30 日

周次	学时	理论教学内容	实践教学内容	教学方法	教学场所	课外课题活动
15	4		分析自己流量指标	讨论法	教室	
16	2	项目六 团队建设		讲授法、案例分析法	教室	
	2	财务管理		讲授法	教室	
17	4	总结复习			教室	
18	4	考试			教室	

部门：经贸管理系

教师：王静

		星期一	星期二	星期三	星期四	星期五
		网店经营与管理 [1-18周] 1-2节 经贸21611 人数: 18	网店经营与管理 [1-18周] 1-2节 经贸21611 人数: 18	学院 教务处		
一						
二						
三						
四						
上 午						
下 午						
晚 上						

共1:

注1:

山西运城农业职业技术学院学生成绩

2022-2023学年第一学期

学分: 4.0

学生人数: 18

行政班级: 经贸21611

课程/环节: [020232]网店经营与管理

考核方式: 考查

类别: 专业课/必修课程

学号	姓名	性别	成绩	绩点	学分绩点	修读性质	辅修标记	备注
2216110011	荆晓轲	女	74.00	2.4	9.60	初修		
2216110012	杨茂森	男	70.00	2.0	8.00	初修		缺考
2216110013	李佳琦	女	0	0	0	初修		
2216110014	张继琴	女	81.00	3.1	12.40	初修		
2216110015	张继琴	女	80.00	3.0	12.00	初修		缺考
2216110016	宋旭琴	女	0	0	0	初修		
2216110017	曹晓蕊	女	76.00	2.6	10.40	初修		
2216110018	文静	女	72.00	2.2	8.80	初修		
2216110019	程丽娜	女	72.00	2.2	8.80	初修		
2216110020	马振强	男	60.00	1.0	4.00	初修		
2216110021	赵昊昊	男	55.00	0	0	初修		
2216110022	张佳怡	女	77.00	2.7	10.80	初修		
2216110023	张佳萌	女	77.00	2.7	10.80	初修		
2216110024	赵象泽	男	69.00	1.9	7.60	初修		
2216110025	李梁	男	26.00	0	0	初修		缺考
4214620001	翟浩然	男	0	0	0	初修		
4214630001	胡云龙	男	77.00	2.7	10.80	初修		
4214630002	赵沐妍	女	80.00	3.0	12.00	初修		
4214630002	郭旭辛	男	61.00	1.1	4.40	初修		

分数段 (等级)	[100-90] (优秀)	(90-80) (良好)	(80-70) (中等)	(70-60) (及格)	(60-0) (不及格)	合计	缺考	舞弊	最高 成绩	最低 成绩	平均 成绩
人数	0	3	7	3	2	15	3	0	81	0	69.00
比例(%)	0.00	20.00	46.67	20.00	13.33	100.00					

及格率: 86.67%

教师签名: _____

2023年09月02日

山西运城农业职业技术学院学生成绩

2021-2022学年第一学期

行政班级:经贸20611班

课程/环节:[020232]网店经营与管理

学分:4.0

类别:专业课/必修课程

考核方式:考查

学生人数:29

学号	姓名	性别	成绩	绩点	学分绩点	修读性质	辅修标记	备注
201910077	张楠	女	60.00	1.0	4.00	初修		补考
220611001	王宣凯	男	0	0	0	初修		
220611002	潘妍乐	女	87.00	3.7	14.80	初修		
220611003	李煊冰	男	79.00	2.9	11.60	初修		
220611004	任佳林	男	83.00	3.3	13.20	初修		
220611005	梁晨浩	男	90.00	4.0	16.00	初修		
220611006	关旺田	男	77.00	2.7	10.80	初修		
220611007	姚鑫	男	60.00	1.0	4.00	初修		补考
220611008	李心月	女	60.00	1.0	4.00	初修		补考
220611009	张旋	女	60.00	1.0	4.00	初修		补考
220611010	马琦婧	女	97.00	4.7	18.80	初修		
220611011	赵蒙恩	男	83.00	3.3	13.20	初修		
220611012	段荠茹	女	88.00	3.8	15.20	初修		
220611013	芦冰鑫	女	88.00	3.8	15.20	初修		
220611014	李文瑄	男	84.00	3.4	13.60	初修		
220611015	姜子昊	男	79.00	2.9	11.60	初修		
220611016	李雪晶	女	82.00	3.2	12.80	初修		
420200434	樊海珏	男	92.00	4.2	16.80	初修		
420200462	刘琰琰	男	90.00	4.0	16.00	初修		
420200574	杨浩宇	男	76.00	2.6	10.40	初修		
420200600	金潮	男	78.00	2.8	11.20	初修		
420200601	张灶君	女	80.00	3.0	12.00	初修		
420200602	侯志鹏	男	74.00	2.4	9.60	初修		
420200603	杜晋新	男	66.00	1.6	6.40	初修		
420200604	范文娜	男	66.00	1.6	6.40	初修		
420200605	冯云霞	男	84.00	3.4	13.60	初修		
420200606	夏敬雨	男	82.00	3.2	12.80	初修		
420200607	苏海琴	男	85.00	3.5	14.00	初修		
420200608	贾博磊	男	73.00	2.3	9.20	初修		

分数段 (等级)	[100-90] (优秀)	(90-80) (良好)	(80-70) (中等)	(70-60) (及格)	(60-0) (不及格)	合计	缺考	舞弊	最高 成绩	最低 成绩	平均 成绩
人数	4	11	7	6	1	29	0	0	97	0	75.97
比例(%)	13.79	37.93	24.14	20.69	3.45	100.00					

及格率:96.55%

教师签名:_____

2023年09月02日

学生评教统计表

2022-2023 学年第 一 学期

组织部门: 教务处



教师姓名	课程名称	学时数	班级	参评学生(人)	学生评教情况	学生评教结果(教务处填写)
王静	网店运营与管理	64	经贸21611	18	收到 18 份有效评价表, 其中评教90-100分 18 份, 80-89分 0 份, 70-79分 0 份, 60-69分 0 份, 59分以下 0 份。	本班评教共有18名同学参加, 教师满意度100%, 教师能够认真负责完成教学工作, 有的把握教学重点和难点, 教学效果良好, 学生评价积极。

学生评教统计表



组织部门: 教务处 2021-2022 学年第 一 学期

教师姓名	课程名称	学时数	班级	参评学生(人)	学生评教情况	学生评教结果(教务处填写)
王静	网店运营与管理	64	经贸20611	29	收到 29 份有效评价表, 其中评教90-100分 29 份, 80-89分 0 份, 70-79分 0 份, 60-69分 0 份, 59分以下 0 份。	本次评教共有9个班级参加, 数据齐全, 教师能够认真对待, 负责完成教学任务, 有效把握教学节奏和进度, 组织教学有力, 教风严谨。

运城农业职业技术学院期末考试试题

2022—2023 学年 第一学期

考试科目:《网店运营与管理》

(闭卷 100 分钟)

系别_____ 班级_____ 学号_____ 姓名_____

一、单选题(每题 2 分, 共 20 分)

- 1、和田玉枣是按照种类、大小、星级进行细分,同时根据包装和用途的不同进行二次整合营销,属于哪一种产品定位() (2.0)
- A、大众化定位 B、差异化定位
C、细分化定位 D、以上都不是
- 2、行业头部品牌的市场份额趋于稳定,但是中部或腰部品牌通过差异化的产品及服务,在市场上的份额迅速上升,以上描述的是那一种行业发展状态() (2.0)
- A、散点式的市场 B、块状同质化市场
C、团状异质化市场 D、以上都不是
- 3、淘宝网的成立时间是() (2.0)
- A、2003 年 5 月 B、2004 年 5 月
C、2005 年 3 月 D、2005 年 5 月
- 4、卖家店铺的网址格式为() (2.0)
- A、www.taobao.com B、XXXX.1688.com
C、Taobao.XXXX.com D、XXXX.taobao.com
- 5、淘宝的评价分为好评、中评和差评,其中哪种评价可以为信用积分加分。()
- A、中评 B、好评 C、差评
- 6、售前客服在()内没有回应,潜在客户就有可能流失。(2.0)
- A、30 秒 B、1 分钟 C、5 分钟 D、半小时
- 7、以下不属于付费推广的方式包括() (2.0)
- A、钻展推广 B、直通车推广
C、标题优化推广 D、淘宝客推广
- 8、想让买家购买多样商品到达 188 元后包邮,应该使用什么工具?() (2.0)
- A、单品宝 B、优惠券 C、搭配套餐 D、满就送
- 9、在卖家中心的交易管理下,卖家不可以() (2.0)
- A、查看订单详情 B、批发进货

- C、 修改价格 D、 添加标记
- 10、 个人可以申请办理微信公众号的类型有() (2.0)
- A、 企业号 B、 服务号 C、 订阅号

二、多选题（每题3分，共36分）

- 1、消费者结构分析包括() (3.0)
 - A、 消费者搜索行为分析
 - B、 消费者搜索属性分析
 - C、 买家人群画像
- 2、选择货品时,应考虑下面那些因素() (3.0)
 - A、 价位 B、 数量 C、 市场需求 D、 质量 E、 持续优化
- 3、以下属于 B2B 商场的是() (3.0)
 - A、 淘宝 B、 天猫 C、 京东 D、 拼多多
- 4、淘宝网站的个人店开设时需要进行那些认证() (3.0)
 - A、 商品认证 B、 支付宝认证 C、 身份认证 D、 实名认证
- 5、在店铺基本设置中,商家可以设置() (3.0)
 - A、 店铺名 B、 店铺标志 C、 旺旺名 D、 店铺简介
- 6、网店的退换货问题比实体店多,其原因主要是() (3.0)
 - A、 质量问题 B、 规格问题
 - C、 喜好问题 D、 描述不符 E、 错拍
- 7、在淘宝平台上,下列那些做法会使免费流量下降? (3.0)
 - A、 标题关键词堆砌 B、 放错属性
 - C、 橱窗推荐 D、 滥用品牌词
- 8、影响商品排序的主要因素() (3.0)
 - A、 相关性 B、 搜索降权 C、 橱窗推荐
 - D、 下架时间 E、 消费者保障服务
- 9、下列店内营销工具中,属于提高客单价的工具() (3.0)
 - A、 限时打折 B、 秒杀 C、 搭配宝 D、 N 元任选
- 10、以下属于平台活动的是() (3.0)
 - A、 天天特价 B、 聚划算 C、 限时打折 D、 双 11 活动

11、以下属于页面访问深度的指标有() (3.0)

A、 PV B、 UV C、 人均浏览量 D、 平均停留时长

12、货物打包的原则() (3.0)

A、 货物相符,数量准确 B、 包装结实 C、 包装要美观

正确答案： ABC

三、 判断题（每题 2 分，共 20 分）

1、商品宝贝一经上传发布,就不可以进行修改了。()

2、为了便于对店铺的管理,淘宝店铺可以设置子账号。()

3、宝贝拍下后,卖家才可以对买家想要的商品的价格进行修改。()

4、相同买家和卖家之间就同一商品有多笔交易,好评可以累计加分,差评也可以累计扣分。()

5、若卖家设置的关键词为“连衣裙”,只有当买家搜索“韩版 连衣裙”时,推广可以得到展现的机会,此时关键词的匹配方式为精确匹配。()

6、直通车推广时,卖家为关键词设置的出价就是点击一次的扣费金额。()

7、在钻展的投放设置中,卖家可以自定义设置投放的访客。()

8、淘宝客中的定向计划是针对固定的淘宝客设置的,一般定向计划的佣金比通用计划的佣金低。()

9、在微信公众号上面,只能发布图文信息。()

10、网店的跳失率会影响商品的排名。()

四、填空题（共 8 分）

1、商品详情页电脑端的图片宽度一般是_____像素,手机端的宽度一般是_____像素。

2、钻级小店的信用分为____分。

3、商品的相关性包括____和 ____。

4、卖家 A 做了直通车推广,A 为关键词出价 2 元,A 的质量得分为 8 分,下一名卖家 B 为关键词出价为 1.2 元,B 的质量得分是 6 分。则 A 为商品每点击一次需要支付____元。

5、优惠券分为店铺优惠券、商品优惠券和_____。

五、图表题（共计 4 分）

PV-UV 联动变化表

PV	UV	结 论
上升	上升	广告效果良好
上升	下降	广告效果不佳
下降	上升	广告效果不佳
下降	下降	广告效果不佳

六、简答题（每题 6 分，共 12 分 ）

- 1、哪些人适合开设网店？
- 2、影响网店 SEO 排名的主要因素有哪些？

运城农业职业技术学院期末考试试题答案

考试科目：网店经营与管理

出卷老师：王静

使用班级：经专 21611 班

评分标准：

一、单选题（每题 2 分，共 20 分）

- 1、C 2、C 3、A 4、D 5、B
6、A 7、A 8、D 9、B 10、C

二、多选题（每题 3 分，共 36 分）

- 1、ABC 2、ABCDE 3、BC 4、BCD 5、ABD
6、ABCDE 7、ABD 8、ABCDE 9、CD 10、ABD
11、CD 12、ABC

三、判断题（每题 2 分，共 20 分）

- 1、错误 2、正确 3、正确 4、错误 5、错误
6、错误 7、正确 8、错误 9、错误 10、正确

四、填空题（共 8 分）

- 1、750 480~1242 2、251-500
3、类目相关 标题相关 4、0.91 5、裂变优惠券

五、图表题（共计 4 分）

PV	UV	结 论
上升	上升	运营良好
上升	下降	加强推广
下降	上升	优化内容
下降	下降	优化+推广

六、简答题（每题 6 分，共计 12 分）

1. 答：企业管理者；拥有货源的人；需要处理手中旧货的人；初次创业者；
全职企业白领；拥有自己实体店的人；大学生；绝对网虫；自由职业者；

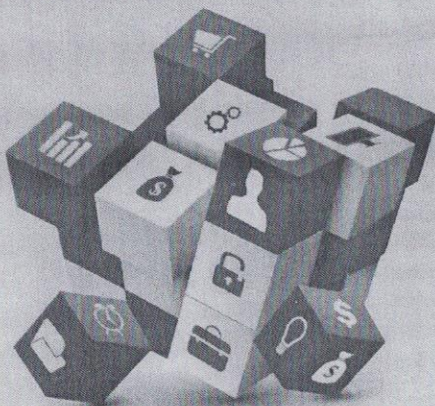
2. 答：不能违规；店铺类型；特色服务；店铺标签；文本关键字；商品类目；店铺规模等级；商品上下架时间；DSR 分值；客服回复率；店铺投诉率、退货率、纠纷率；商品人气等。



“十三五”职业教育国家规划教材
“新商科”电子商务系列教材

网店运营与管理

◎ 主 编 葛青龙 詹建锋 周 尚
◎ 副主编 陈建胜
◎ 主 审 胡华江



电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING



“十三五”职业教育国家规划教材

“新商科”电子商务系列教材



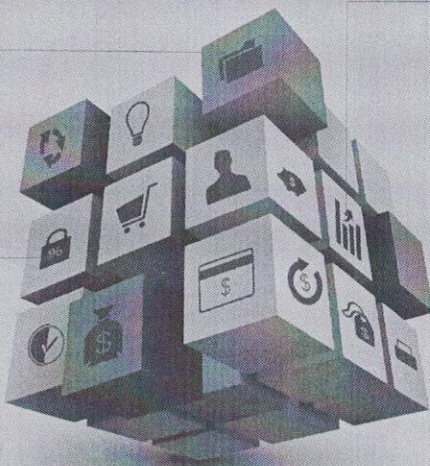
网店运营与管理

◎主 编 葛青龙

◎主 审 胡华江

运营筹划
网店开设

日常运营
网店推广



数据运营
运营管理



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

内 容 简 介

本书遵循初学者的知识结构和学习逻辑,系统地介绍网店运营与管理的理论方法和业务操作。全书共分运营筹划、网店开设、日常运营、网店推广、数据运营和运营管理六个项目,每个项目都包含引例、相关任务、成功实践案例、经典实战、项目小结、项目测试等。同时,本书对教材呈现形式进行了创新,全书多处设有二维码,读者可以扫描二维码获取更多学习资源。

本书注重理论与实践相结合,内容新颖,实例丰富,既可作为高职高专电子商务及相关专业的教材或教学参考书,也可作为社会各界人士继续教育的培训教材或自学参考书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

网店运营与管理 / 葛青龙主编. —北京: 电子工业出版社, 2018.1

ISBN 978-7-121-32055-2

I. ①网… II. ①葛… III. ①电子商务—商业经营—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 146473 号

策划编辑: 张云怡

责任编辑: 韩玉宏

印 刷: 涿州市京南印刷厂

装 订: 涿州市京南印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 15.75 字数: 403.2 千字

版 次: 2018 年 1 月第 1 版

印 次: 2021 年 1 月第 9 次印刷

定 价: 39.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: (010) 88254573。

前言

本书是台州职业技术学院 2019 年度普及课题成果 (2019PJ01), 也是台州职业技术学院高等教育“十三五”第一批课堂教学改革研究项目成果 (xkg20181235)。

1995 年, 亚马逊和易贝在美国成立。此后, 这种以互联网为依托进行商品和服务交易的新兴经济活动, 迅速普及全球。新一轮科技革命和产业变革交汇孕育的电子商务, 极大提高了经济运行的质量和效率, 改变了人类的生产、生活方式。1998 年, 阿里巴巴、中国制造网等电子商务企业成立; 2003 年, 淘宝网、京东商城等电子商务平台崛起, 中国电子商务开启了快速发展的二十年。

电子商务是企业降低成本、提高效率、拓展市场和创新经营模式的有效手段, 是满足和提升消费需求、提高产业和资源的组织化程度、转变经济发展方式的重要途径, 对于优化产业结构、支撑战略性新兴产业发展和形成新的经济增长点具有重要作用。近年来, 在政府的推动下, 电子商务在各行各业得到了较快发展, 随之而来的电商人才需求也提上日程。据调查, 在当前电商企业人才需求中, 最迫切需要运营人才, 尤其是对有实践能力的电商运营人才需求更大。

本书是为电子商务及相关专业的学生学习网店运营和管理知识而编写的教材, 以淘系平台为依托, 以网店运营和管理为核心, 按照网店运营的逻辑顺序组织内容, 分运营筹划、网店开设、日常运营、网店推广、数据运营和运营管理六个项目, 逐一介绍网店运营和管理的整个流程及相关要点。编者遵循初学者的知识结构和学习逻辑, 既考虑到网店运营相对完善的运营思路, 又清晰展示了网店运营的相关流程; 既梳理了基础性知识, 又避免了繁冗的理论。并且, 每个项目后都设有相关案例分享和经典实战, 一方面能帮助读者强化运营能力, 另一方面为读者提供了延伸性的学习资料。同时, 本书对教材呈现形式进行了创新, 全书多处设有二维码, 读者可以扫描二维码获取更多学习资源。

本书由台州职业技术学院葛青龙任主编, 负责全书架构并完成项目 1、项目 4、项目 5、项目 6, 温州科技职业学院陈建胜完成项目 2、项目 3, 临海市东方永安电子商务有限公司运营经理詹建锋参与项目 4 的实操部分, 广博集团股份有限公司电商部周尚参与项目 5 的编写并提供相关数据。浙江商业职业技术学院沈凤池教授和金华职业技术学院胡华江教授审阅了书稿并提出了大量宝贵意见, 电子工业出版社张云怡主任给予了大力支持和热情



编写组，在此对他们深表感谢。

由于电子商务的发展进程远快于理论总结，客观上给本书编写带来了一些困难，加上编者水平有限，书中难免有诸多不足之处，恳请读者批评指正。

2019年

引例.....
任务 1

任务 2

任务 3

引例.....
任务 1

任务 2

任务 3

引例.....
任务 1

任务 1

目录

项目1 运营筹划

引例	1	3.2 货源选择	23
任务1 洞察市场	2	成功实战派	27
1.1 市场分析	2	经典实战	33
1.2 竞争分析	8	实训1 本地区电子商务发展 状况调研	33
任务2 精准定位	15	实训2 分析网店定位和消费 群体	34
2.1 市场定位	15	项目小结	36
2.2 店铺定位	18	项目测试	36
任务3 确定产品	20		
3.1 货品规划	20		

项目2 网店开设

引例	37	3.2 店铺装修	58
任务1 正式开店	38	成功实战派	63
1.1 平台选择	38	经典实战	64
1.2 注册开店	41	实训1 注册及认证开店	64
任务2 商品管理	45	实训2 商品发布流程操作	70
2.1 商品发布	45	实训3 选用装修模板	74
2.2 商品设置	51	项目小结	78
任务3 店铺管理	55	项目测试	78
3.1 店铺设置	55		

项目3 日常运营

引例	80	任务3 物流管理	97
任务1 客户服务	81	3.1 货物打包	97
1.1 在线接待	81	3.2 物流配送	100
1.2 售后管理	88	成功实战派	105
任务2 交易管理	90	经典实战	106
2.1 订单管理	90	实训1 阿里旺旺快捷短语 设置	106
2.2 评价管理	95		



实训2 淘宝助理工具使用	110
项目小结	113

项目4 网店推广

引例	116
任务1 搜索推广	117
1.1 站内搜索	117
1.2 全网搜索	121
任务2 平台推广	125
2.1 直通车	125
2.2 钻石展位	135
2.3 淘宝客	143
任务3 活动推广	146
3.1 店内促销	146
3.2 活动营销	156

项目测试

任务4 社交推广

- 4.1 软文推广
- 4.2 直播推广

成功实战派

经典实战

- 实训1 自然搜索分析
- 实训2 直通车推广设置
- 实训3 店内促销设置

项目小结

项目测试

项目5 数据运营

引例	183
任务1 流量分析	184
1.1 流量指标	184
1.2 流量来源	188
任务2 交易分析	195
2.1 订单分析	195
2.2 客户分析	200

成功实战派

经典实战

- 实训1 生意参谋流量分析
- 实训2 生意参谋交易分析

项目小结

项目测试

项目6 运营管理

引例	210
任务1 “人”的管理	211
1.1 团队组建	211
1.2 团队管理	215
任务2 “财”的管理	219
2.1 成本核算	219
2.2 收支分析	224
任务3 “物”的管理	228
参考文献	240

- 3.1 产品定价
- 3.2 库存管理

成功实战派

经典实战

- 实训1 资金筹集
- 实训2 团队组建

项目小结

项目测试

耿小红.

《网店SEO推广》教学设计

线上学习+线下授课 2学时

课程名称	《网店运营与管理》 网店SEO推广		
课程性质	必修	适用学年	学年第二学期
授课对象	电商、农业经济管理大二年级全体学生	授课学分	4学分
授课学时	64学时	编写时间	2023年9月
学情分析	(1) 知识基础: ①学生已在本门课程的前修课《图像处理》、《市场营销》中掌握了图像处理及营销学的相关理论知识; ②学生已在本门课程中学习了开店前的筹划、商品的上传、店铺的装修等项目的基础知识。 (2) 能力基础: ①学生已尝试开始应用前三个专题的相关知识进行店铺、商品的定位;商品类目的选择;商品主图、详情及店铺的装修设计。 ②学生已通过分组的形式开展了小组合作,已具备一定的团队协作能力。 (3) 价值观基础: ①学生已对诚实经营、遵纪守法有了新的认识和理解; ②学生已具备一定的应用所学知识解决实际问题的意识和能力。		
教学目标	(1) 知识目标: 1. 了解 SEO 的含义及在网店推广中的重要作用; 2. 理解影响网店 SEO 推广的因素; 3. 掌握网店 SEO 推广优化工作的内涵 (2) 技能目标: 1. 能够正确识别出网店 SEO 推广中存在的问题; 2. 能够独立的完成网店 SEO 推广的优化工作。 (3) 素质目标: 1. 培养学生团队协作的精神; 2. 培养学生诚信经营的理念; 3. 培养学生遵纪守法的法律意识。		

重点 难点	如何做好网店 SEO 推广工作
内容与资源	(1) 内容与资源选取 MOOC 视频、教材、参考书籍、教学课件、案例 (2) 内容与资源制作 ①MOOC 视频: 《网店运营与管理》国家精品课程。 ②教材: 《网店运营与管理》, 葛青龙著, 十三五规划教材。 ③参考书籍: 《网店运营实务》 王利峰、温丙帅、薛瑾著, 人民邮电出版社。 ④教学课件: 《网店运营与管理》, 由主讲教师及团队教师制作。 ⑤案例: 我校学生及校企合作企业实践项目等。 (3) 内容与资源使用情况 ①在中国慕课学习平台上自学基础知识。 ②学生下载课件辅助学习基础知识。 ③在学习平台上发布校企合作实践案例, 供学生了解真实的实践运营工作。 ④学生以小组为单位合作开展实践项目并作汇报展演。
教学进程	【教学进程安排】 (1) 课前: 线上学习 ①学习地点: 任意能够连入校园网的场所 ②学习时间: 线下授课前一周内的任意时间 ③学习进程安排 1) MOOC 自学 (30 分钟) 学生观看线上 MOOC 视频《网店 SEO 推广》, 观看视频的同时查看对应课件, 结合教材理解基础知识。 2) 线上测试 (10 分钟) 学生完成线上测试题。 3) 疑问反馈 (15 分钟) 学生在学习通平台或教学班钉钉群内讨论《网店 SEO 推广》专题内容, 通过在线留言、群讨论等形式与师生交流所学内容或提出问题, 教师线上答疑。

(2) 课上： 线下教学

①教学地点： 教室

②教学时间： 课表上课时间

③教学进程安排

1) 问题导入（3分钟）

大家在日常生活或工作中，都有使用百度或 360 搜集查找资料的习惯，当我们在搜索框中输入信息的关键字后，搜索结果会以一定的顺序进行展示。有没有同学思考过，这些搜索结果是按什么排序的？为什么有的搜索结果排序在前，有的搜索结果排序靠后呢？

2) 传授新知（7 分钟）

一、SEO 及 SEO 的重要性

（一）SEO 即搜索及优化，是指遵循搜索引擎工作原理，使商家的信息在搜索引擎结果中自然排名中靠前，从而引起客户关注，促进客户成交的活动。

通常指 SEO，主要包括综合类搜索引擎。如谷歌、百度、360 的自然排名活动等。以及平台类搜索，如淘宝、京东、拼多多上面的自然排名活动。

（二）曾经在 PC 时代，几乎绝大多数的网络活动都是基于搜索的。因此，通过搜索引擎引入流量促进成交，是那个时代网络推广的核心手段。

1、最方便、最快捷的入口；

2、大量客观流量；

3、流量精准；

4、流量免费

SEO 网店推广是商家网络推广的首选

3) 学生讨论（10 分钟）

影响网店 SEO 推广的因素有那些，并进行说明。

4) 问题讲授（20 分钟）

二、影响网店 SEO 推广的因素

遵守规则，不能出现违规；商品的人气，商品的文本关键词，店铺标签、店铺类型、特色服务、服务水平、交易等级、商品类目选择、客单价、上下架时间等因素。

三、如何做好网店 SEO 推广工作

1、一是做好店铺的类型、特色服务等工作。

店铺的类型其实是影响商家宝贝排名的内在因素。超市店铺权重>天猫店铺权重>淘宝 C 店

这是平台对商家的入驻要求决定的。一般而言，平台对于入驻超市的商家及商品要求是最为严格的，其次是天猫商城店铺，最后才是淘宝 C 店。相应资质要求越严格，也就意味着商家的商品质量、服务更有保障。尽管现实并不一定完全如此，但是一般而言是这样的。

当商家提供的特色服务比较多的时候，对商品排名也会有一定的促进作用。比如七天无理由退换货、运费险、退货承诺、破损包邮、88VIP 等。毕竟服务更多意味着客户得到的保障也就更多，自然对客户有利的商家和商品更有资格排名靠前。

2、做好商品发布的类目工作。

一般搜索展示是基于客户搜索内容来判断宝贝所在类目，从而进行类目宝贝展现的过程。因此，当宝贝类目发布错误的时候，平台就无法将错发类目的宝贝展示出来，也就没有了所谓 SEO 排名了。因此，保障发布宝贝类目正确是宝贝 SEO 排名的前提条件。

对于一些多重属性、类目比较多元化的商品就容易出现类目发布混淆的问题。可以利用工具、生意参谋、看店宝、店查查等对竞品进行分析，从而确定商品类目。

3、做好商品的文本关键字工作。

文本关键字是影响 SEO 排名推广至关重要的因素，毕竟 SEO 还是以搜索为基础的。

比如客户在搜索碧螺春茶叶、碧螺春、茶叶碧螺春的时候，同一商品的搜索结果排名不同，其实这就是文本关键字起到的因素。选词不同，布局的位置不同，搜索结果排名就会有所不同。因此，文本关键字因素是影响 SEO 排名的重要因素。

4、是做好商品人气工作。

在影响网店推广的因素里面。店铺类型、类目选择、文本关键字固然重要，但是在常规运营中，最核心的因素还要属于人气因素。人气因素简单来说，就是商品的受欢迎程度。

人气因素包含那些指标呢？在淘宝体系里，一个宝贝受欢迎程度主要是通过成交量、转化率来体现。另外，商品加入购物车、收藏、点击、浏览、咨询等指标，也属于商品人气的范畴。

这些指标通常都是一个周期的考核指标，一般可以划分为 28 天、14 天，甚至是 7 天。

新品初期破零，提升新品人气指标，从而引发客户关注，促进购买，使新品进入正向循

环。但在人气工作中需要注意的是，第一，要杜绝刷单，避免违规。第二要注意节奏，观察好同行的成交量和转化率，逐步发力，不要发力过猛，以至于后续难以持续。

5、做好店铺和商品的标签工作。

网店运营趋向智能化，平台可以通过对客户历史购买数据的分析，发现不同客户不同的购买特征，将其定义为不同的标签。同样的道理，由于同一店铺、同一商品，由于其定位及购物人群的统一性，店铺和商品通常也会被打上对应的标签，这样平台就会根据不同客户的购买习惯，在平台首页、搜索结果以及广告中推荐标签匹配的商品给对应的客户。这就是淘系平台的千人千遍。比如头条、抖音、快手都有这样的内容推荐机制，都是根据店铺和人群标签进行相应匹配的。

店铺标签打造的越精准，平台就会把商家搜索排名放置更加突出的位置，为商家推荐更多有价值的流量，就会促进店铺成交转化。如果店铺标签打造错误，就算平台推荐再多的流量也不会有相应成交人群，这样系统就不会再为商家推荐流量。因此，对于商家而言，在运营中，商品标签的打造，避免出现标签混乱的问题。

6、避免违规。

前面在平台规则那里我们学习，违规会带来各种不良影响，其中搜索降权是影响表现的结果之一。

常见的违规行为，比如虚假交易，换宝贝、重复铺货、广告商品、错放类目和属性、标题关键字滥用、SKU 作弊、价格不符、油资不符、标题图片价格描述的不一致等。这些违规行为都会造成直接搜索降权、商品 SEO 排名下降。

违规程度不同带来宝贝的降权期也是不一样。短的 30 天，长的甚至需要叠加，甚至会造成宝贝下架乃至全店宝贝下架。

第七，做好店铺的其他因素，如店铺的等级及店铺的成交规模。等级越高，一般意味着店铺权重。权重越大，平台为店铺倾斜的流量就越高，排名相对突出。除了店铺等级外，还有宝贝的上下架的时间因素、店铺服务评价、及时回复率、退货率、投诉率等一系列的因素。

5) 课堂小结（3 分钟）

本节课，从什么是 SEO，SEO 的重要性，影响 SEO 的主要因素及如何做好 SEO 工作等方面进行了详细的讲解，让同学们理解了 SEO 是商家进行网络推广的重要手段，同时掌握了影响 SEO 推广工作的因素，比如店铺类型、商品类目、商品人气、商品文本关键词、商品及店铺违规操作等。真正把握了 SEO 推广工作的内

	涵，一切以服务客户、提升客户的体验为准则。
课后作业	“孕妇连衣裙”能发布在女装——女士精品——连衣裙类目吗？如果不能，为什么？应该发布在那个类目下？
主要参考资料	《网店运营实务》 王利峰、温丙帅、薛瑾著，人民邮电出版社。
教学反思	（1）优秀之处 ①较好地达成了教学目标 本节课设计了较为详细的教学目标， 具体包括思政目标、知识目标、能力目标、 素质目标， 分别以价值引导与案例分析、 重难点知识课上测验以及团队合作与公开演讲的方式进行了一一对应性实施，从学生的发言、 测验成绩、方面来看， 教学效果达成度理想， 较好地达成了教学目标。 ②较好地应用了信息化手段 本节课在线上学习和线下授课过程中， 应用了学习平台、作业系统、钉钉会议等多个信息化工具，搭载了 MOOC 视频、教材、参考书籍、教学课件、案例、等多个教学资源， 实现了学生学习全流程数字化， 较好地应用了信息化手段。 （2）不足之处与改进策略 不足之处： 在进行多媒体课堂演示时，由于网速问题，使得部分网页打开速度过慢，导致不能给学生进行更多情况的演示。 改进策略： 尽可能的把课堂所需要的演示图片或操作步骤提前进行录制或者下载，保障更好的完成教学目标。 （3）未来展望 基于校企合作成果，进一步开发符合真实企业需求与真实商业环境的实践案例，帮助学生在案例中应用知识解决实际问题。

课程团队成员和课程内容政治审查意见

推荐申报课程：网店运营与管理

课程团队主要成员（序号 1 为课程负责人）

序号	姓 名	政治面貌
1	耿小红	群众
2	王 静	党员
3	王 芬	党员
4	毛燕妮	党员

课程团队成员政治审查意见：

该课程团队负责人及成员政治立场坚定，思想政治品德表现良好，遵纪守法，作风正派，工作踏实、尽职尽责，教学能力强，无违反违纪行为，不存在师德师风问题、学术不端问题，五年内未出现过重大教学事故。

学院党委（盖章）

2023 年 9 月 1 日

课程内容政治审查意见：

该课程价值取向正确，对于我国政治制度以及党的理论、路线、方针、政策等理解和表述准确无误，对于国家主权、领土表述及标注准确，导向正确，弘扬社会主义核心价值观，无危害国家、涉密及不适宜公开传播的内容。

学院党委（盖章）

2023 年 9 月 1 日

学术性评价意见

我院 2023 年度“职教金课”建设工作学术审查小组对《网店运营与管理》课程内容及附件材料进行了审核，具体意见如下：

该课程定位明确，主要面向畜牧企业，课程结构合理，逻辑清晰，根据企业岗位制定内容，充分凸显农业类高职教育特征，注重落实课程思政，分岗位制定思政目标，有机融入课程；课程资源类型丰富、内容多样，各知识配套有授课视频、课件、测验、讨论等；教学实施分课前、课中和课后，合理使用信息化教学手段，创新教学模式，充分挖掘高职学生特点，调动学习积极性，变被动为主动，能做到全过程信息采集，有利于多元化考核的进行；教学团队专兼结合，专业能力强，配合默契，教学效果良好，学生满意度较高。（可以从课程定位、教学理念、课程内容建设、教学方法建设、教材、实训、考核、教学资源的丰富程度等方面进行阐述，也可参照通知文件中“建设重点”中的内容）

综上所述，该课程符合山西省职业院校“职教金课”建设工程的评价标准，推荐参加申报。

签名：杜朝 刘强 耿小红

日期：2023.9.1