

内部资料，严禁外传

上海邦德职业技术学院

2018 级电子商务专业 教学大纲汇编



教务科研处

2018 年 7 月

目 录

《电子商务实务》课程教学大纲	4
《电子商务实务》课程实训环节教学大纲	9
《网络营销》课程教学大纲	15
《网络营销》课程实训环节教学大纲	21
《现代物流管理》课程教学大纲	24
《现代物流管理》课程实训环节教学大纲	32
《国际贸易实务》课程教学大纲	35
《国际贸易实务》课程实训环节教学大纲	42
《计算机与网络技术基础》课程教学大纲	45
《客户关系管理》课程教学大纲	54
《客户关系管理》课程实训环节教学大纲	60
《商务礼仪》课程教学大纲	64
《商务礼仪》课程实训环节教学大纲	71
《电子商务法》课程教学大纲	74
《跨境电商实务》课程教学大纲	80
《跨境电商实务》课程实训环节教学大纲	85
《管理学》课程节教学大纲	88
《商品信息采集与处理》课程教学大纲	99
《商品信息采集与处理》课程实训环节教学大纲	104
《网页设计与制作》课程教学大纲	107
《网页设计与制作》课程实训环节教学大纲	112
《电子商务运营管理》课程教学大纲	117
《电子商务运营管理》课程实训环节教学大纲	121
《网上店销装修》课程教学大纲	124
《网上店销装修》课程实训环节教学大纲	129
《网络广告策划》课程教学大纲	133
《网络广告策划》课程实训环节教学大纲	138
《跨境电商英语》课程教学大纲	141
《跨境电商英语》课程实训环节教学大纲	146
《商品辨识与管理》课程教学大纲	148
《网络客服规范》课程教学大纲	156
《网络客服规范》课程实训环节教学大纲	160
《电子商务数据分析》课程教学大纲	162
《电子商务数据分析》课程实训环节教学大纲	169

《网上支付与结算》课程教学大纲	171
《网上支付与结算》课程实训环节教学大纲	175
《商品拍摄》课程教学大纲	177
《商品拍摄》课程实训环节教学大纲.....	180
《电子商务案例分析》课程教学大纲	183
《电子商务案例分析》课程实训环节教学大纲	189
《电子商务应用考证集训》课程学大纲	192
《电子商务应用考证集训》课程实训环节教学大纲	198
《消费心理学》课程教学大纲	201
《移动商务实务》课程教学大纲	209
《校外综合实习》课程学大纲	216
《毕业实习》课程教学大纲	219

《电子商务实务》课程教学大纲

课程名称：电子商务实务

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

通过本课程的学习能使学生对整体了解电子商务研究的基本内容，认识电子商务的发展趋势、电子商务运作的社会环境和技术环境，掌握电子商务的基本理论、电子商务信息的收集与整理方法、网络营销策略与促销方法，掌握电子支付的理论与流程、网络交易安全基本思路与方法、物流基本原理等内容。熟悉电子商务与其它领域的关系，初步具有电子商务系统的规划和设计能力。

（三）任务

讲解电子商务实践中出现的基本问题及解决问题的基本方法，引导学生分析和解决电子商务实践中的常见问题。

二、教学的基本内容和要求

第 1 章. 电子商务概述

基本要求：掌握电子商务的基本概念及分类；

能够比较分析传统商务与电子商务的不同；

了解电子商务系统的基本组成；

了解电子商务交易标准。

教学内容：电子商务的基本概念；传统商务与电子商务的关系；电子商务系统的基本组成；电子商务交易标准。

教学重点：电子商务基本概念、电子商务系统的基本组成及各成员的作用。

第 2 章. 电子商务交易模式

基本要求：熟悉 Internet 商务的基本框架；

掌握 B2C、B2B、C2C 电子商务的交易方法与特点。

学会使用常用工具进行网上商务信息的收集与整理。

教学内容：电子商务系统框架结构；B2C 电子商务模式；C2C 电子商务模式；B2B 电子商务模式；网上商务信息的收集与整理。

教学重点：B2C、B2B、C2C 电子商务的交易方法与特点。

第 3 章. 电子商务技术基础

基本要求：了解计算机网络基本概念、Internet 的相关技术、EDI 商务；

掌握 EDI 的基本概念、术语、标准等基本概念。

学会 EDI 商务的操作。

教学内容：计算机网络概述；Internet 技术；EDI 概述；EDI 标准；EDI 系统；EDI 与 Internet。

教学难点：计算机网络的基本概念、Internet 的相关技术、EDI 的基本概念、术语、标准。

第 4 章. 电子商务的安全技术

基本要求：了解电子商务所涉及的安全技术；

了解电子商务安全协议；

掌握一定的电子商务信息安全技术。

教学内容：电子商务的信息安全技术；电子商务安全协议。

教学难点：电子商务所涉及的安全技术。

第 5 章. 网络营销

基本要求：了解网络营销的基本概念和特点；

学会网络营销渠道的选择；

掌握网络广告特点、策略、发布等。

教学内容：网络营销特点；网络市场策略；网络广告。

教学难点：网络营销策略、网络广告策略与发布。

第 6 章. 电子支付基础

基本要求：了解常用的网上支付工具类型；

了解电子支付的方式；

学会一种网上支付工具的使用；

学会网上银行卡的申请与使用；

掌握安全交易的体系及安全交易的方法。

教学内容：电子货币；网上银行；网上支付；电子商务安全交易体系；电子商务安全交易协议。

教学难点：电子货币基本类型、网络银行的基本业务、网上支付的模式。

第 7 章. 电子商务下的物流与供应链管理

基本要求：了解物流的基本概念与物流活动的主要要素；

了解电子商务与物流的关系；

认识电子商务下的供应链管理；

熟悉电子商务下供应链物流的特点；

熟悉物流的几种模式；

能够运用电子商务物流相关知识分析企业的物流活动过程；

分析电子商务环境下物流配送的特点；

能够分析电子商务下的供应链物流与传统物流的区别。

教学内容：物流与物流活动；物流的几种模式；供应链管理；物流信息管理；供应链管理。

教学难点：物流模式的分析，物流活动的环节构成、供应链管理特点。

第 8 章. 电子商务的实施与管理

基本要求：掌握流通业、生产业、信息服务业等行业电子商务的特点。

教学内容：电子商务的结构与生命周期；电子商务系统的规划；建立电子商务系

统的可行性；电子商务系统的设计。

教学难点：各行业应用电子商务运作方式的选择。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是电子商务的基本职能与内容、电子商务交易模式、技术基础、安全技术、网络营销、电子支付等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	电子商务概述	3		3	6	
2	电子商务交易模式	3		3	6	
3	电子商务技术基础	3		3	6	
4	电子商务的安全技术	3		3	6	
5	网络营销	3		3	6	
6	电子支付基础	2		3	5	
7	电子商务下的物流与供应链管理	3		3	6	
8	电子商务的实施与管理	2		3	5	
	复习	2				
	合 计	24		24	48	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（30%）和期末考查成绩（70%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材:

电子商务概论（第 2 版），作者:全新顺、王初建、于博，出版社:清华大学出版社，出版时间:2017 年 11 月

2. 参考书:

电子商务概论（第 2 版），作者:庞大莲,张冰新，出版社:北京大学出版社，出版时间:2012 年 09 月

电子商务（英文精编版·第 10 版），作者:(美)施内德，出版社:机械工业出版社，出版时间:2013 年 08 月

电子商务实务，作者:王新春、王丽、孟丛、刘晓玲、吴琼，出版社:清华大学出版社，出版时间:2016 年 05 月

《电子商务实务》课程实训环节教学大纲

课程名称：电子商务实务

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：24

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该实训课程是电商专业的必修实践课，属于专业新生的认识实训，通过该实训课程，使学生了解电子商务企业的经营活动概况和电商业务操作的一般流程等。

（二）目的

通过本课程的学习能使学生对整体上了解电子商务企业运营的基本内容，掌握电子商务运营的基本流程、电子商务信息的收集与整理方法、网络营销策略与促销方法，掌握电子支付的流程、网络交易安全基本方法等，训练相关能力。

（三）任务

训练学生的实践技能，了解电子商务实践中出现的基本问题，学会解决问题的基本方法，引导学生分析和解决电子商务实践中的常见问题。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一：电子商务认知

任务 1:

王力是新分配到一家家具厂的电子商务专业大学毕业生，家具厂老板一直想改变企业经营模式，知道王力是电子商务专业毕业的大学生，非常高兴，在王力上班的当天老板就请他作一份有关家具行业开展电子商务活动与传统商务活动的比较分析报告。现在请你代王力来完成老板交给他的任务，字数要求在 500 字左右，此分析报告对其他经营者也要有一定的参考价值。

任务 2:

进入 CISCO 公司中国地区的主页 (<http://www.cisco.com/cn>)、GE 公司中国

地区的主页 (www.ge.com.cn) 和 Ebay 易趣网 (www.ebay.com.cn) 网站, 比较这三个网站, 试分析他们的三流实现过程, 及盈利模式。

项目二: 互联网基本操作

任务 1:

小马是一名大学生, 暑假回到家乡, 想给村里的农民讲解互联网知识, 主要是让他们知道如何上网浏览信息, 如何保存喜欢的图片或网页, 如何收藏好的网站, 如何设置网页的浏览方式等。现在希望你能代他完成这个任务, 并完成一份 PPT 的讲稿。

任务 2:

1) 使用常用的检索软件如: GOOGLE、YAHOO、SINA 百度等搜索资料. 搜索“织里商城+童装”、“织里商城-童装”“织里商城 童装”和““织里商城”“童装””。看一下查询到的的信息有何不同。

2) 通过 telnet 访问清华大学 BBS (telnet://bbs.tsinghua.edu.cn) 或北京大学 BBS (telnet://bbs.pku.edu.cn), 与 WWW 页面有何不同。

3) 上网搜索“电子商务的发展状况资料”。并将资料整理以后压缩打包发往教师信箱。

项目三: 个人模拟网上开店

任务 1:

李林是宏图三胞庆春路专卖店的店主, 他想要开一家网上商店, 于是到一知名电子商务网站申请成为特约商户, 商户名称: 宏图三胞商户, 专卖商品类别为笔记本电脑, 专卖店名称为宏图三胞专卖店, 经营品牌为宏图三胞品牌。入驻商城后, 对商店的模板、logo、banner、支付说明和配送说明作了设置, 然后发布网店, 并添加了一批新商品, 商品名称为神舟笔记本电脑, 进货价 3000 元, 市场价 5000 元, 优惠价 4200 元。期初记帐为 30 台。开张第一天, 就收到张远以“送货上门/网上支付”方式订购 50 台笔记本电脑的订单, 李林受理该订单后, 因商品库存量不足, 又以“送货上门/网上支付”方式采购了 30 台笔记本电脑, 完成入库操作后按照订单要求, 将 50 台笔记本电脑发货给张远。

任务 2:

张佳将一款全新的录音笔放在网上拍卖，设置拍卖商品名称为录音笔，起拍价为 50 元，底价为 400 元，商品在线 3 天。李明见到这款商品后迅速以 405 元的价格成功拍到这款录音笔。

项目四：企业采购与销售

任务 1:

科龙公司是一家空调生产商，企业名称为科龙电器股份有限公司，其产品为科龙空调。德龙公司是一家物流公司，企业注册为德龙快运，该物流公司拥有 2 个仓库和 4 辆卡车。科龙公司为了顺利开展业务，特向德龙公司申请物流服务。德龙公司经过审核，批准了科龙公司的申请。于是科龙公司向德龙公司的仓库里发了 20 台空调，及时补充了库存。日升公司是一家销售空调的经销商，通过 B2B 电子商务平台向科龙公司采购 10 台空调，为获取优惠价格，申请成为科龙公司的三级信誉客户。科龙公司经过审核，同意了日升公司的申请，并受理了订单，又委托德龙公司将 10 台空调发给日升公司。最后三家按约定的金额完成了业务结算。

任务 2:

福建福日电子股份有限公司是中国福建福州一家主营电子元器件的生产贸易型企业，其主营行业为整流器，主要市场为 北美、南美、西欧、东欧，年出口额为 人民币 5000 万元-1 亿元 。联系人： 陈荷英 女士（ 采购部采购 ） 电话： 86 0591 83447322-311 传真： 86 0591 83460934 地址： 中国 福建 福州市 福建福州市仓山科技园 17 号 邮编： 350007。该企业与加拿大的一家贸易伙伴达纯科技有限公司借助 EDI 形成了一份 10 个集装箱总金额达 50 万美元的单证。

项目五：网络营销实务

任务 1:

根据要求设计一份网络营销方案。要求条理清楚，方法可行，字数要求在 200 字左右。

任务 2:

设置新闻组并就有关网络营销与传统营销的异同点在新闻组上进行讨论。

任务 3:

根据要求为某次活动设计调查问卷，并在电子商务实验室中发布该调查问卷。

任务 4:

1、假设你将于某年某月某日到北京出差，你想从上海虹桥国际机场乘飞机到北京，并于当晚入住某一酒店。请用电子商务实现上述业务。

2、要求：飞机票选择打折机票，越便宜越好；住宿标准：180~220 元/间·天。

3、记录查找内容。

任务 5:

以小组为单位，制作一个网站创业规划书

项目六：网上支付

任务 1:

木木是某高校的在校学生，下周日有一名在北京读书的好友生日，他想送一份礼物以表心意，经过多次思考与同学的交流，决定在淘宝网上买一束鲜花或其他，可又苦于没有支付工具。考虑许久他决定开通支付宝并用支付宝支付鲜花的费用，同时为将来在网上开店作准备。现在请你帮他完成这个心愿。

任务 2:

按要求申请招商银行的一网通业务，并写出具体的操作过程。

项目七：企业物流分析

任务 1:

根据要求完成一份某公司物流情况的分析报告，分析物流公司发展的制约，为解决问题提供帮助，字数要求在 500 字左右，此分析报告对其他经营者也要有一定的参考价值。

项目八：电子商务安全防范

任务 1:

李明用杀毒软件扫描发现几个病毒名如下:

Backdoor. RmtBomb. 12

Trojan. Win32. SendIP. 15

Trojan. LMir. PSW. 60

现在请你帮助李明识别这三种病毒分别叫什么,有什么特征,并制定一个公司内部网络病毒防治计划。

任务 2:

张明在网上下载了一个 ChinaTCP 个人控件数字签名系统 1.00 软件,用这个软件对公司的一份合同文本进行数字签名,请你帮助张明完成操作。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是电子商务的基本流程、电子商务交易模式、电子商务基本技术、安全技术、网络营销、电子支付等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位,培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力,为学生进一步学习专业课程奠定良好的实践基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目 编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时	实习/实 训场所
1	电子商务认知	比较电子商务活 动与传统活动, 分析典型网站	3	电子商务 实训室
2	互联网基本操作	网页浏览、收藏、 信息查询等	3	电子商务 实训室
3	个人模拟网上开店	网店开设流程, 商品上架操作等	3	电子商务 实训室

4	企业采购与销售	采购订单操作、 电子结算等。	3	电子商务 实训室
5	网络营销实务	网络营销方案、 网络调研等。	3	电子商务 实训室
6	网上支付	开通网络支付方式，完成网上支付流程。	3	电子商务 实训室
7	企业物流分析	物流发展规划， 物流需求调研	3	电子商务 实训室
8	电子商务安全防范	个人控件电子签名系统操作等	3	电子商务 实训室
	合 计		24	

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

- 实训项目成绩的构成为：
- (1) 实训课出勤率为 20%
 - (2) 口头展示与基本理论运用 20%
 - (3) 实践技能 30%
 - (4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

电子商务实训教程，作者：李瑶，出版社：安徽科学技术出版社，出版时间：2016年08月

2. 参考书：

电子商务实训教程(第二版 CD)，作者：陈萍，出版社：科学出版社，出版时间：2012年07月

《网络营销》课程教学大纲

课程名称：网络营销

适用专业：电子商务专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

通过学习网络营销课程，学生应达到以下要求：掌握网络营销与传统营销的关系、现状、发展、存在的问题以及网络营销学的理论知识；熟悉网络营销赖以生存的网络环境，网络消费者的购买动机、购买程序和实际购买操作等；掌握网络消费行为，能够完成网络市场细分，确定网络目标市场及市场定位等；掌握与运用网络产品策略、价格策略、分销策略和促销策略等各种策略；能够运用掌握的知识与方法，完成网络营销策划，并初步实施。

（三）任务

通过本课程的教学，使学生对网络营销的理论体系有一个系统的了解，对在网络虚拟市场开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容，得到全面的领会和感性认识，并掌握开展网络营销的操作思路和相应的运作技巧。

二、教学的基本内容和要求

说明：分为基础模块、职业模块和拓展模块三部分。

基础模块：

第 1 章 现代营销学原理

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生理解营销观念、需求与购买行为、营销环境、市场细分与选择；知道市场战略与营销组合、营销学理论的发展历程。

教学内容:

1. 1 营销观念
1. 2 需求与购买行为
1. 3 营销环境
1. 4 市场细分与选择
1. 5 市场战略与营销组合
1. 6 营销学理论的发展

第 2 章 网络营销概述

教学要求:

通过对本章的学习,要求学生理解网络营销内容和特点,理解网络营销与传统营销区别与联系。

教学内容:

2. 1 网络营销内容和特点
2. 2 网络营销与传统营销
2. 3 网络营销的发展趋势及新模式

第 3 章 网络营销的理论基础与环境

教学要求:

通过对本章的学习,要求学生理解网络营销理论基础,知道网络营销系统和网络营销站点的功能,理解网络营销的电子支付体系,知道网络营销有关的法规和政策。

教学内容:

3. 1 网络营销的理论基础
3. 2 网络营销系统
3. 3 网络营销站点
3. 4 网络营销的电子支付
3. 5 网络营销的法规和政策

第 4 章 网络市场与网络消费者

教学要求:

通过对本章的学习,要求学生知道网络市场特点;理解网络消费者特点和影响网络消费者购买决策的因素;运用本章知识点,分析某类产品的网络消费者购买行为特点。

教学内容:

- 4. 1 网络市场
- 4. 2 网络消费者
- 4. 3 影响网络消费者购买决策的因素

基础模块:

第 5 章 网络营销战略计划

教学要求:

通过对本章的学习,要求学生理解网络营销战略分析,掌握网络营销战略计划的制定。

教学内容:

- 5. 1 网络营销战略分析
- 5. 2 网络营销战略计划的制定

第 6 章 网络市场调研

教学要求:

通过对本章的学习,要求学生知道网络市场调研特点,掌握网络市场调研的步骤与方法,运用本章知识点,针对某类产品进行网络市场调研。

教学内容:

- 6. 1 网络市场调研概述
- 6. 2 网络市场调研的步骤与方法
- 6. 3 网络商务信息

第 7 章 网络营销产品与价格策略

教学要求:

通过对本章的学习, 要求学生理解网络营销产品策略、网络营销品牌策略, 掌握网络营销价格策略。

教学内容:

7. 1 网络营销产品策略

7. 2 网上营销品牌策略

7. 3 网络营销价格策略

第 8 章 网络营销渠道

教学要求:

通过对本章的学习, 要求学生知道网络营销渠道特点; 理解网络直销和网络市场的中间商, 并分析各网络中间商的运营模式。

教学内容:

8. 1 网络营销渠道概述

8. 2 网上直销

8. 3 网络市场的中间商

第 9 章 网络营销促销

教学要求:

通过对本章的学习, 要求学生知道网络营销促销概况, 掌握网络营销站点推广的方法。

教学内容:

9. 1 网络营销促销概述

9. 2 网络营销站点推广

9. 3 网上促销方式

第 10 章 网络营销广告

教学要求:

通过对本章的学习, 要求学生理解网络广告的特点和形式, 能应用第 7-10

章的知识点，针对某类产品完成网络营销策划书，并初步实施。

教学内容：

10. 1 网络广告概述

10. 2 网络广告实施

拓展模块：

第 11 章 网络营销服务

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生知道网络营销服务的类型和个性化服务的内容，能够实施与管理网络营销服务

教学内容：

11. 1 网络营销服务概述

11. 2 网络营销服务的实施与管理

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是网络营销战略计划、网络营销产品与价格以及网络营销促销。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	现代营销学原理	4			4	
2	网络营销概述	2		2	4	
3	网络营销理论基础与环 境	2		6	8	
4	网络市场与网络消费	2		2	2	
5	网络营销战略计划	2			2	
6	网络市场调研	2		4	6	

7	网络营销产品与价格	2		2	4	
8	网络营销渠道	2			2	
9	网络营销促销	2			2	
10	网络营销广告	2			2	
11	网络营销服务	6		2	8	
	复习	4				
	合 计	30		18	48	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

网络营销实务，惠亚爱、乔晓娟主编，中国人民大学出版社，2018 年 03 月

2. 参考书：

网络营销与策划实务，宋俊骥、孔华主编，人民邮电出版社，2018 年 02 月

《网络营销》课程实训环节教学大纲

课程名称：网络营销

适用专业：电子商务专业

学时：18

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该实训课程是电商专业的必修实践课，通过该实训课程，使学生了解网络营销的基础知识、方法以及一般流程等。

（二）目的

通过本课程的学习能使学生对整体上的中国互联网络发展情况、网络建站服务、OUTLOOK EXPRESS 使用、网络消费行为分析、网络调研、网络产品虚拟化策略以及网络营销策划及实施。

（三）任务

训练学生的实践技能，了解网络营销实践中出现的基本问题，学会解决问题的基本方法，引导学生分析和解决网络营销实践中的常见问题。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一 中国互联网络发展情况调查

教学内容和要求：查看最新的《中国互联网络使用情况统计报告》，了解有关内容。

项目二 网络建站服务

教学内容和要求：查看有关网站，了解该网站提供的各种建站服务及价格

项目三 OUTLOOK EXPRESS 使用

教学内容和要求：利用该软件进行邮件收发及相关操作

项目四 网络消费行为分析

教学内容和要求：搜集资料，分析某类产品的网民消费行为的特点

项目五 网络调研

教学内容和要求：选定某类产品，调研该产品的市场情况

项目六 网络产品虚拟化策略

教学内容和要求：选定一个产品，查看有关网站，分析该产品的虚拟化策略

项目七 网络营销策划及实施

教学内容和要求：选定一个产品，撰写网络营销策划书，并初步实施

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是网络消费行为分析、网络产品虚拟化策略以及网络营销策划及实施等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的实践基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时	实习/实训场所
1	中国互联网络发展情况调查	查看最新的《中国互联网络使用情况统计报告》，了解有关内容	2	机房
2	网络建站服务	查看有关网站，了解该网站提供的各种建站服务及价格	2	机房
3	OUTLOOK EXPRESS 使用	利用该软件进行邮件收发及相关操作	4	机房
4	网络消费行为分析	搜集资料，分析某类产品的网民消费行为的特点	2	机房
5	网络调研	选定某类产品，调研该产品的市场情况	4	机房
6	网络产品虚拟化策略	选定一个产品，查看有关网站，分析该产品的虚拟化策略	2	机房
7	网络营销策划及实施	选定一个产品，撰写网络营销策划书，并初步实施	2	机房
	合计		18	

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

- 实训项目成绩的构成为：
- (1) 实训课出勤率为 20%
 - (2) 口头展示与基本理论运用 20%
 - (3) 实践技能 30%
 - (4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

网络营销实训，李兰主编，学苑出版社

2. 参考书：

网络营销与策划实务，宋俊骥、孔华主编，人民邮电出版社，2018 年 02 月

《现代物流管理》课程教学大纲

课程名称：现代物流管理

适用专业：电子商务

总学时： 48

一、本课程的性质、目的和任务

（一）课程性质：该课程属于专业技能课，是必修课。

1、《现代物流管理》是电子商务专业一门重要的专业课

2、本课程介绍了物流的基本概念和理论以及实务操作知识，为一门专业课。

（二）目的：是明确提出通过本课程学习，需要学生掌握现代物流管理的基本概念和知识，能胜任与物流管理有关的工作。

（三）任务：针对物流活动和物流管理实践提出的问题，以现代物流和物流管理思想及原理为主要理论构架，系统地掌握物流的基本概念、供应链管理、物流基本活动、供应物流管理、生产物流管理、销售物流管理和国际物流。

二、本课程教学的基本内容和要求

说明：分为基础模块、职业模块和拓展模块三部分。

基础模块：

第一章 物流的基本概念

教学要求

通过本章的学习，使学生了解物流的定义及其内涵，了解现代物流的形成及其发展，了解现代物流的功能，掌握现代物流合理化的目标。

教学内容

第一节 物流的定义及作用

第二节 物流的功能

第三节 现代物流管理的形成和发展

第四节 物流合理化目标

- 一、距离短
- 二、时间少
- 三、整合好
- 四、质量高
- 五、费用省
- 六、安全准确环保

第二章 物流系统

教学要求

通过本章的学习，使学生了解系统的定义和特征，了解物流系统的定义和构成，阐述物流系统性要求的理由。

教学内容

第一节 系统的概念

第二节 物流系统的构成

- 一、物流系统的总体框架
- 二、物流系统性要求的理由
- 三、物流系统的特征

第三节 物流系统评价

第五章 运输

教学要求

通过本章的学习，使学生掌握运输的含义、运输合理化的必要性及方法，理解运输的不同方式、运输在现代物流中的地位与作用。

教学内容

第一节 运输概述

- 一、运输的内涵
 - 二、货物运输对象
 - 三、运输业的特点
- #### 第二节 运输的方式

第三节 运输的地位与作用

第四节 运输合理化

- 一、影响运输合理化的主要因素
- 二、不合理运输
- 三、运输合理化的主要措施

第五节 运输与可持续发展

仓储与配送

教学要求

通过本章的学习，使学生了解信息技术在仓库中的作用、仓储在现代物流中的作用，熟悉仓库管理的基本制度，掌握仓储保管的有关概念、仓库的基本概念、功能及分类、配送的概念、特征及作用、配送合理化的方法，理解配送计划与流程。

教学内容

第一节 仓储管理概述

- 一、仓储保管的概念
- 二、仓储的作用
- 三、仓储的逆作用
- 四、仓库
- 五、仓库信息技术的应用
- 六、仓库管理的基本制度
- 七、仓库温湿度的控制与调节

第二节 库存管理

第三节 配送

- 一、配送的概念、特征及作用
- 二、配送的类型
- 三、配送计划
- 四、分检作业与车辆配装
- 五、配送的合理化

职业模块：

第三章 包装

教学要求

通过本章的学习，使学生掌握包装的概念、包装材料、包装容器和机械、包装技术，熟悉包装的作用与分类，了解包装合理化。

教学内容

第一节 包装概论

第二节 包装材料及容器

- 一、包装材料
- 二、包装容器

第三节 物流包装技术

- 一、防腐防霉技术
- 二、防潮防湿防水包装技术
- 三、防虫害包装技术
- 四、防震包装技术
- 五、集合包装技术
- 六、防锈包装技术
- 七、特种包装技术

第四节 物流包装标志

第五节 物流包装的标准化与合理化

第四章 装卸搬运

教学要求

通过本章的学习，使学生明确装卸搬运的概念和特点，熟悉装卸搬运的分类和方法、其活性和合理化，了解装卸搬运机械及选择，掌握其原理和合理化。

教学内容

第一节 装卸搬运的概念

第二节 装卸搬运的作用与特点

第三节 装卸搬运的分类方法

第四节 装卸搬运的原则及合理化

一、装卸搬运的原则

二、装卸搬运合理化

第五节 装卸搬运机械及其选择

第十章 物流信息管理

教学要求

通过本章学习，使学生主要掌握物流信息和物流信息管理的概念、特征，了解物流信息的分类，熟悉物流信息技术的工作原理及其应用，理解掌握物流电子商务系统的概念和功能。

教学内容

第一节 物流信息综述

一、物流信息

二、物流信息管理

三、物流信息系统

第二节 物流信息技术

第三节 物流电子商务系统

一、物流电子商务系统的概念

二、物流电子商务系统的功能

三、电子商务下的物流模式

四、建立物流电子商务系统的步骤

第十一章 供应链管理

教学要求

理解供应链的概念、特征和类型，供应链管理的含义、内容与目标，物流与供应链的关系，供应链管理与物流管理的关系；熟悉供应链管理的原则、实施步骤、体系结构，集成供应链管理。

教学内容

第一节 供应链概述

第二节 供应链管理概述

- | | |
|--------------|-----------------|
| 一、供应链管理的含义 | 二、供应链管理的内容 |
| 三、供应链管理的目标 | 四、供应链管理的原则、实施步骤 |
| 五、供应链管理的体系结构 | 六、供应链管理的效益 |

第三节 供应链管理与物流管理的关系

第四节 电子商务下的集成供应链管理

- | | |
|-------------------|------------------|
| 一、电子商务下集成供应链管理的概念 | 二、集成供应链管理的目标内容方法 |
| 三、集成供应链管理实现的步骤 | |

拓展模块：

第七章 物流客户服务

教学要求

通过本章的学习，使学生掌握物流客户服务的重要性、客户关系管理与客户满意度，明确其概念，说明其内容，理解其质量管理。

教学内容

第一节 物流客户服务概述

- 一、物流客户服务概述
- 二、物流客户服务的内容

第二节 物流客户服务关系管理与客户满意度

- 一、客户关系管理的概念
- 二、物流客户服务关系管理的内容
- 三、物流客户满意度

第三节 物流客户服务的质量与绩效管理

第八章 物流成本管理

通过本章的学习,使学生了解物流成本的构成与分类、物流成本管理的内容与方法及相关物流理论、物流成本控制,掌握物流成本计算,理解物流成本与物流成本管理的概念、物流成本控制。

第九章 物流管理法规

教学要求

通过本章的学习,使学生掌握与物流活动相关的法律规范的范围和渊源、物流法律关系的要素、物流管理服务合同的含义、特点,了解我国物流法律规范现状、存在的问题、相关司法建议及其发展。

教学内容

第一节 物流管理法律规范概述

- 一、物流管理法律规范的含义及特点
- 二、物流管理法律规范的渊源
- 三、物流管理法律规范的作用

第二节 物流管理法律规范现状与发展

第三节 物流管理法律关系

- 一、物流管理法律关系的含义
- 二、物流管理法律关系的分类
- 三、物流法律关系的要素

第四节 物流管理服务合同

第十二章 国际物流

教学要求

掌握国际物流的概念与特点,国际物流系统基本要素、运作模式,国际物流系统网络的构成,重点掌握国际物流系统的组成,熟悉其系统节点与通道,了解其发展。

教学内容

第一节 国际物流概述

- 一、国际物流的概念与作用
- 二、国际物流的概念与特点

第二节 国际物流的发展

第三节 国际物流系统

- 一、国际物流系统的组成
- 二、国际物流系统节点

三、国际物流网络通道 四、建立和完善国际物流系统网络

第四节 国际物流网络

三、本课程的教学重点

说明：本课程的教学重点是物流管理的基本职能与内容、物流系统、第三方物流、物流质量管理、物流标准化的内容和方法、物流服务管理、物流合理化、物流系统。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事物流工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、课程学时分配

章节	内容	理论讲课学时	习题课学时	实习/实训课学时	小计	备注
第一章	物流的基本概念	2			2	
第二章	物流系统	3		4	7	
第三章	包装	2	1		3	
第四章	装卸搬运	2	1		3	
第五章	运输	2	2	4	8	
第六章	仓储与配送	4	2	2	8	
第七章	物流客户服务	3			3	
第八章	物流成本管理	3			3	
第九章	物流管理法规	3			3	
第十章	物流信息管理	2			2	
第十一章	供应链管理	2			2	
第十二章	国际物流	2			2	
	复习	2	2		4	
	合计	30	8	10	48	

五、课程考核与评价

说明：考核与评价包括考核与评价的方法、手段，本课程为考查课，期末课程结束，统一出题。平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

对课外作业的要求：学生要能综合掌握先进的物流管理和现代物流技术，具有在物流信息系统的应用、管理、维护、开发及现代物流管理服务中有较强的工作能力。

六、推荐使用教材或参考书

1、教材：

《现代物流管理》，蔡昭君、范兴兵、陈新鸿编著，中国人民大学出版社，2017年03月

2、参考书：

《现代物流管理概论》，岑丽阳主编，中南大学出版社，2011年8月

《现代物流管理基础》，吴清一编著，山东大学出版社 2001年5月

《现代物流与供应链管理》，宋华、胡左浩著，经济管理出版社，2000年4月

《现代物流管理》课程实训环节教学大纲

课程名称：现代物流管理

适用专业：电子商务、物流管理

实训学时： 10

一、本实习/实训课程的性质、目的和任务

(一) 实习/实训课程性质：

1、现代物流管理实训是电子商务专业的必修实践课程。

2、实训属于物流管理专业学生了解有关企业物流经营及物流活动概况的认知实习。通过实训课程，可以让学生全面了解企业物流经营活动概况，使学生体会到制订符合企业自身的企业发展的物流战略是企业成功的关键因素。

(二) 目的：通过对现代物流企业的业态发展、管理要素组合、主要业务流程操作、经营业绩考评等问题进行全面的学习和掌握，使学生紧跟时代的变化，汲取最新的管理理念、管理方式，不断创新，服务于企业、行业和社会。

(三) 任务：调动提高学生在学习物流地理专业知识的积极性和学习兴趣，培养学生的自学能力和专业知识运用能力。要求学生独立完成每个实验，教师检查实验现象和实验结果。完成一个综合性实验后，写一份实验报告。

二、本实习/实训课程的基本内容和要求

教学内容：

1. 现代物流管理学的基本理论及物流业的发展趋势，对物流七大职能分析和 管理，以及在此基础上对物流企业战略的规划和管理策略的设计。

2. 将物流活动各要素合乎逻辑而又清晰简明地联系在一起，物流的操作技能，包括物流发展概况、运输管理、仓储保管、包装、装卸搬运、配送、流通加工、信息管理、成本管理、质量管理等。

教学要求

- 1、知识、能力、素质协调发展
- 2、突出个性、因材施教
- 3、宏观控制与自由发挥结合
- 4、注重创新培养

三、本实习/实训课程的教学重点

掌握物流的内涵与物流系统、物流管理合理化、物流设备设施、物流法律法规基本知识。具体为：掌握物流管理基础、物流一体化、物流运行系统、采购、仓储、配送、运输、生产物流、物流信息、包装、装卸搬运、流通加工、物流成本、物流设备等方面基本理论专业知识。

四、本实习/实训课程学时分配

项目 编号	实习、实训 项目名称	实习、实训 内容介绍	实习/实训课 学时数	理论讲课 学时	实习/实训 场所
1	仓储作业	出入库与摆放作业	2	0	物流 实训室
2	运输组织管理	线路规划与设备选择	4	0	物流 实训室
3	物流中心系统 规划	物流中心系统的战略定位、功能规划和布局设计。	4	0	物流 实训室
总计		10	10		

五、本实习/实训课程的考核与评价

围绕上述内容进行考核，以能够解决实际问题为考核要点。考试方法主要为口试和撰写有关报告。

- 成绩评定为：
- (1) 实训课出勤率为 20%
 - (2) 基本理论掌握与运用 20%
 - (3) 实践技能 30%
 - (4) 实训报告 30%

六、推荐教材及实验实训指导书、参考书

教 材:

《现代物流管理》，蔡昭君、范兴兵、陈新鸿编著，中国人民大学出版社，2017
年 03 月

参考书:

《现代物流管理》，王之泰编，工人出版社 2000 年 10 月

《国际贸易实务》课程教学大纲

课程名称：国际贸易实务

适用专业：电子商务、物流管理

总学时： 48

一、本课程性质、目的和任务

（一）性质：《国际贸易实务》是一门专门研究国际间商品交换的具体过程的学科，是一门具有涉外活动特点的实践性很强的综合性应用科学。它涉及国际贸易理论与政策、国际贸易法律与惯例、国际金融、国际运输与保险等学科的某些基本原理、基本知识和基本技能的运用，它是国际经贸类专业必修的主要基础课程。

（二）目的：通过本课程的学习，使学生了解国际上通行的各种贸易术语的含义及有关贸易术语的国际惯例，掌握各种合同条款的基本内容及其规定办法，明确合同成立的法律步骤和履行合同的基本程序，认识到在国际贸易方式中，除传统的贸易方式外，还包括寄售、拍卖、易货等其他贸易方式。通过本课程的学习，为学生进行外贸实务操作提供了理论基础及实际操作的可模仿性。

（三）任务：从经济和法律两个侧面，分析和研究国际商品交换的各种做法，总结我国的实践经验，学会在进出口业务活动中，灵活运用既能正确贯彻我国对外经济活动的方针政策，确保最佳经济效益，又能为国际社会普遍接受的各种经营做法。

二、教学内容和要求

说明：分为基础模块、职业模块和拓展模块三部分。

基础模块：

第一章 国际贸易术语与贸易惯例

教学要求：

通过本章的学习，了解国际贸易术语的含义、分类和有关国际贸易惯例的相关内容重点掌握国际贸易中主要的贸易术语掌握贸易术语的实际运用。

教学内容：

第一节 贸易术语的概念及其发展

第二节 国际贸易惯例

职业模块：

第二章 商品的品名、质量、数量和包装

教学要求：

通过本章的学习，了解国际贸易商品的品名、质量的概念及其作用，了解表示货物的计量单位和计量方法，了解包装的概念；掌握买卖合同中的数量条款。掌握商品品质的表示方法；掌握国际买卖合同中有关品质条款。掌握包装的种类及包装标志。

教学内容：

第一节 商品的品名

第二节 商品的质量

第三节 商品的数量

第四节 商品的包装

第三章 国际货物运输

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生了解各种运输方式及其特点，熟悉运输单据的种类与作用，掌握装运条款的主要内容、规定方法。

教学内容：

第一节 海洋运输方式

第二节 海运单证和海运条款

第三节 国际铁路和航空货物运输

第四节 其他国际货物运输方式

第四章 国际货物运输保险

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生掌握海运风险及海运损失的有关内容，以及我

国海运货物险别及合同中的保险条款的规定办法。

教学内容：

第一节 国际货物运输保险概述

第二节 中国海运货物保险条款

第三节 英国伦敦保险协会货物保险条款

第四节 陆运, 空运货物与邮包输保险

第五节 国际货物运输保险程序

第五章 进出口商品的价格

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生掌握商品价格构成和商品对外报价；掌握贸易术语间的价格换算；商品成本核算；佣金与折扣的计算。

教学内容：

第一节 价格的掌握

第二节 作价方法

第三节 计价货币的选择

第四节 佣金和折扣的运用

第六章 国际货款的收付

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生掌握常用结算工具的含义和基本内容；掌握常用结算方式的基本内涵和基本业务流程；理解不同结算方式对于各方当事人的利弊所在；能根据业务实际的需要正确选择结算方式；能正确制定合同中的结算条款。

教学内容：

第一节 支付工具

第二节 汇付与托收

第三节 信用证

第四节 银行保函

第五节 国际保理

第六节 各种支付方式的选用

第七章 商品的检验

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生了解买方检验权和法定检验，掌握检验时间和地点的规定。了解商检机构和检验证书。

教学内容：

第一节 商品检验的概念和作用

第二节 抽样检验

第三节 商品检验的内容和依据

第四节 商品检验的方法

第八章 违约与索赔

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生掌握索赔和理赔的概念，了解索赔期限和索赔金额。了解异议与索赔条款及罚金条款及在合同中的订立方法。

教学内容：

第一节 合同中的违约与索赔条款

第二节 违约的处理

第三节 买卖双方在实际履行中常见的违约与应付

第四节 免责条款

第九章 不可抗力

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生掌握不可抗力的含义、构成条件，了解不可抗力法律后果，掌握不可抗力事件的认定与处理原则了解合同中的不可抗力条款。

教学内容：

第一节 不可抗力概述

第二节 不可抗力事件的认定与处理

第十章 仲裁

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生了解合同中的索赔条款的规定，掌握国际货物交易中索赔和理赔的含义和范围。

教学内容：

第一节 国际贸易仲裁概述

第二节 我国的国际经济贸易仲裁机构和仲裁规则

第三节 外国及国际性的仲裁机构和仲裁规则

第四节 仲裁协议

第五节 仲裁裁决的执行

第十一章 国际货物买卖合同的磋商

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生了解进出口交易磋商的程序，熟悉有关公约、惯例对询盘、发盘、还盘、接受的规定；掌握报价的技巧。

教学内容：

第一节 交易磋商及形式

第二节 交易磋商的环节

第三节 报价技巧

拓展模块：

第十二章 进出口合同的履行

教学要求：

通过对本章的学习，要求学生了解进出口合同的履行过程和有关法律法规对违约的规定，熟悉相应的违约救济方法；掌握备货与报检，催证、审证与改证，租船订舱、投保、报关与装运，以及制单结汇等方面的操作。

教学内容：

第一节出口合同的履行

第二节进口合同的履行

三、本课程的教学重点

说明：本课程的教学重点是贸易术语、各种运输方式，保险，国际贸易货款的支付方式，交易磋商。本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事货代、国际贸易、运输等工作岗位的职业能力，为学生以后的工作奠定良好的基础。

四、课程学时分配

序号	教学内容	学时数			
		理论教学	实验	上机	作业
1	第一章 国际贸易术语	4			
2	第二章 商品的品名、质量、数量和包装	2		1	
3	第三章 国际货物运输	2		2	
5	第四章 国际货物运输保险	2		2	
5	第五章 进出口商品的价格	3		1	
6	第六章 国际货款的收付	4			
7	第七章 商品的检验	3			
8	第八章 违约与索赔	3			
9	第九章 不可抗力	3			
10	第十章 仲裁	2			
11	第十一章 国际货物买卖合同的磋商	3		2	
12	第十二章 进出口合同的履行	2		1	
13	复习	2		1	
15	合计	35		10	

五、课程的考核与评价

1. 期末考试：开卷考试，占总成绩70%；
2. 考勤及课堂讨论表现占10%

3. 作业及实践项目成绩占20%。

六、使用教材及参考书

1、教材：

《国际贸易实务》，叶平主编，西安电子科技大学出版社出版社，2013年8月。

2、参考书：

《国际贸易实务》，陈琳主编，中国物资出版社，2007年1月。

《国际贸易实务》，黎孝先主编 中国人民大学出版社 2005年11月第一版

《国际贸易实务》课程实训环节教学大纲

课程名称：国际贸易实务

适用专业： 电子商务、物流管理

总学时： 10

一、本课程的性质、目的和任务

（一）性质：实训是整个教学工作中的必不可少的一部分，是重要的实践性教学环节，是提高教学质量的有力措施，也是提高学生素质，加强理论联系实际，培养学生实际工作能力的有效手段之一；同时，通过学生实习信息的反馈，也可以更好地改善教学方法、手段，满足学校培养专业人员的需要。

（二）目的：本课程的实训教学，采用的是贯穿全篇的业务讲解方案，实训从头至尾以一套完整的案例来进行讲解示范，紧密围绕着一家中国出口公司与海外进口商进行交易的各个贸易环节，充分展示了教学中出现的外贸知识点、进出口单证与业务环节中的注意事项。

实训内容既有深度的拓展，也有横向知识的延伸，教师可根据学生的专业方向、操作难易程度、学时数量作出适当的调整与安排。

（三）任务：作为《国际贸易实务》课程的组成部分，本实训能使学生会独立进行国际贸易业务的操作，有效地实现教学内容向业务操作能力的转化，得到真实的国际贸易业务能力的训练，从而对提高《国际贸易实务》课程教学效果具有积极的支持作用。

二、本实训课程的基本内容和要求

1、与客户建立业务关系

了解在出口贸易中获取国外客户相关资料的途径，并拟写建立外贸业务关系的函电

2、出口报价核算与发盘

了解在出口贸易商品价格的构成要素及表示方法，掌握价格核算的办法，并学会撰写出口发盘函。

3、出口还价核算与还盘

了解在出口贸易中根据国外客户的还价进行国内成本、费用及利润的核算，掌握基本的讨价还价方法及规则，并学会撰写出口还盘函。

5、达成协议并签订合同

通过本次实训，要求学生掌握出口销售合同的主要内容及其主要条款的签订。

5、信用证的审核和修改

掌握根据销售合同审核信用证的技巧，并根据审核结果拟写改证函电。

6、托运订船

通过本次实训，要求学生了解出口托运订舱的基本流程和在此过程中基本单据的流转，掌握出口货物备运及出运。

7、投保与报关

要求学生根据合同中的保险条款办理投保手续，了解投保的基本流程，掌握保险金额、保险费用的计算，掌握出口货物投保单和保险单的填制；并且掌握办理出口货物报关的过程与填制相关单据。

三、本实训课程的教学重点

本课程的教学重点是仓储和配送流程及相关单据的填写以及单据的流转。

四、本实训课程学时分配

项目 编号	实训项目名称	实训内容介绍	实训课 学时数	理论讲 课学时	实训场所
一	与客户建立业务关系	拟写建立外贸业务关系的函电	1	0	贤地下室
二	出口报价核算与发盘	掌握价格核算的办法，并学会撰写出口发盘函。	2	0	贤地下室
三	出口还价核算与还盘	学会撰写出口还盘函	1	0	贤地下室
四	达成协议并签订合同	掌握出口销售合同的主要内容及其主要条	1	0	贤地下室

		款的签订			
五	审核修改信用证	信用证的审核和修改	2	0	贤地下室
六	托运订舱	了解出口托运订舱的基本流程和在此过程中基本单据的流转	1	0	贤地下室
七	投保与报关	掌握保险金额、保险费用的计算,掌握出口货物投保单和保险单的填制。掌握办理出口货物报关的过程与填制相关单据。	2	0	贤地下室
合计			10		

五、课程考核与评价

1、考核方式

根据平时实训操作和实训报告进行考核。实训期间专业实习指导教师对实训学生进行管理,指导完成实训作业和报告,实训结束后,对学生进行全面考核,写出实训鉴定,评定出实训成绩等级(优、良、中、及格、不及格)。

2、评分方法

考勤占 20%,实训操作占 50%,实训报告成绩占 50%。

六、推荐教材及实验实训指导书、参考书

- 1、李晓璇.《国际商务综合实训教程》.重庆大学出版社,2010
- 2、祝卫.《出口贸易模拟操作教程》.上海财经大学出版社,2012

《计算机与网络技术基础》课程教学大纲

课程名称：计算机与网络技术基础

适用专业：电子商务

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

计算机与网络技术基础是电子商务专业重要的职业基础课程，考试课，是电子商务专业的职业技术课程的先导课程。

（二）课程目的

让学生掌握计算机网络的基本概念、工作原理，理解网络的组成和拓扑结构的特点以及功能；能掌握常用接入广域网的方法；能熟记 Internet 的概念、TCP/IP 协议和服务应用，以及子网划分等；具备 Windows Server 客户机/服务器的配置、测试与维护的能力以及 Web 服务器、DNS 服务器、DHCP 服务器的配置、测试与维护技能；了解网络系统管理的基本概念以及网络安全的基本知识。

（三）课程任务

本课程在把握教学对象对理论知识“必要、适度、够用”的原则下，系统介绍计算机与网络技术所涉及到的各个方面的理论基础与技术基础知识；全面阐明计算机网络技术所涉及的各项基本概念和基本工作原理，为后继的网络店铺装修、网络营销、电子商务运营管理等课程的知识学习和技能培养奠定理论基础。

二、教学的基本内容和要求

1、计算机网络技术概述

（1）计算机网络技术的形成和发展

计算机网络技术的形成

计算机网络技术的发展

计算机网络技术与终端分时系统

计算机网络技术与分布式系统

计算机网络技术是通信技术与计算机技术的有机结合

(2) 计算机网络技术的定义和分类

从网络资源共享、物理连接、传输信息不同角度对计算机网络技术描述

计算机网络技术与终端分时系统

计算机网络技术与分布式系统

计算机网络技术功能

(3) 计算机网络技术的组成与功能

网络的拓扑结构及其划分

计算机网络技术系统的实际组成

(4) 计算机网络技术操作系统和网络管理

网络操作系统

网络操作系统的特征

网络系统管理的概念

(5) 计算机网络技术应用

客户/服务器模式

Internet 网络应用

如何连接 Internet

Internet 网络信息检索模式

网络信息服务的介绍

教学要求：要求掌握本章介绍的最基本的知识和最基本概念。包含网络的定义、组成、分类、功能、应用和发展各个方面的正确的理解与认识。

2、数据通信基础

(1) 数据通信的概念

数据通信的目的

信息的载体

信号的概念

数据的传输概念

数据处理设备

数据通信系统的构成

数据通信的基本过程

数据通信方式：模拟通信和数字通信

数据通信系统的主要技术指标

（2）数据通信的主要特性

数据传输方式

通信线路连接方式

数据通信方式

数据同步

（3）数据编码

数字数据的数字信号编码

数字数据的调制编码

模拟数据的数字信号编码

（4）多路复用技术

频分多路复用

时分多路复用

波分多路复用

（5）数据交换技术

线路交换

报文交换

报文分组交换

异步传输模式（ATM 交换）

（6）差错控制

差错的产生

差错的控制

（7）传输媒体

线缆媒体

无线媒体

教学要求：本章内容是形成计算机网络技术机制的物理基础和技术手段，涉及网络通信各方面的基础知识和技术实现策略。要求正确理解和认识网络通信中的基础概念；数据通信的特征，数据编码方式，复用技术，数据交换技术以及差错控制手段。对通信媒体的也因有基本概念和认识。

3、计算机网络技术体系结构与协议

(1) 网络体系结构

网络体系结构的分层原理

通信协议

(2) 开放系统互联参考模型（OSI）

OSI 参考模型

协议堆栈

堆栈间的同层通信

IEEE802 规范

IEEE802 规范对 OSI 模型的改进

(3) OSI 框架下的微软网络组件

驱动程序

网络协议

(4) 互联网协议 TCP/IP

教学要求：正确理解和认识网络体系结构的分层原理，开放系统互联模型中的协议机理和通信原则，了解微软网络组件，明确互联网协议 TCP/IP 和七层协议的对照关系，协议簇中各个部分的功能和关系。

4、局域网

(1) 局域网概论

局域网的定义、特点与发展

局域网的拓扑结构

局域网的参考模型

(2) 局域网的基本组成

硬件系统

软件系统

(3) 局域网的介质访问方法

以太网的介质访问方法

令牌环网的介质访问方法

令牌总线网的介质访问方法

IEEE802.3、802.4、802.5 的比较

无线局域网

(4) 网络互连的硬件设备与局域网互联原则

网络互连的硬件设备

局域网互联原则

(5) 局域网组网类型

以太网

令牌环网和令牌总线网

高速局域网

(6) 局域网的设计

局域网设计中的基本元素

局域网设计时应注意的指标

局域网建设要点

教学要求：要求重点掌握局域网概念、局域网组成、局域网的介质访问方式、以及局域网互联原则。

5、广域网

(1) 广域网概述

广域网的定义

广域网的组成模型

广域网提供的服务

(2) 广域网中的路由

路由的概念

路由表

最常用路由算法

(3) 广域网连接技术

基本概念

广域网的连接选择

公共交换电话网

综合业务数据网

x.25 分组交换网

帧中继

数据交换网 (DDN)

交换式多兆位数据服务 (SMDS)

异步传输模式

宽带接入技术简介

无线接入技术概要

教学要求：要求正确理解认识广域网概念、路由概念和常用算法、掌握广域网连接技术的方式、原则、策略。

6、Internet 与 TCP/IP 协议

(1) Internet 概要

(2) IP 基础与寻址

(3) TCP

(4) ARP

(5) ICMP

(6) IP 路由

(7) DNS 与 DHCP

(8) 互联网的应用与服务

教学要求：重点掌握 IP 基础与寻址概念，正确理解认识 TCP、ARP、ICMP、IP 路由、DNS、DHCP 机理过程。

7、计算机网络技术操作系统

(1) Windows 2003 网络操作系统

系统简介

系统安装

系统配置及系统管理

Win2003 连接、登录网络

使用网络共享资源

(2) Linux 网络操作系统

系统简介

安装与配置

系统结构与功能

系统组成与服务

教学要求：正确理解和认识网络操作系统的功能和原理，打好正确安装、配置、使用的基础。

8、计算机网络技术应用环境

(1) 构成网络-物理架构；

(2) 构成网络-软件系统；

(3) 网络操作系统

(4) 功能与特点

(5) 平台与应用

教学要求：要求正确理解和认识网络应用环境的组成与架构。

9、计算机网络技术管理与网络安全

(1) 计算机网络技术管理

网络管理的概念

网络管理的定义和功能

网络管理模式、简单网络管理协议、网管系统的实现

网络维护和故障检测

(2) 网络安全

网络安全概述、安全网络

网络安全技术与措施：加密与身份认证、数字签名技术、

防火墙技术、VLAN 技术

病毒及防治措施

(3) 网络故障诊断

故障类型与现象

网络故障诊断工具

教学要求：正确理解和认识计算机网络技术管理的概念，协议，管理措施及管理系统的实现；网络安全概念，安全措施的认识和技术手段；网络故障概念，识别与诊断手段及措施。

三、本课程的教学重点

重点：数据通信原理与实现技术；网络体系结构；局域网、广域网原理；网络互联原理与技术；网络操作系统；网络运行管理技术；网络安全的概念和内容。

要求：注重基本理论和基本概念的讲授和正确理解；注重对网络实际问题的理论分析和解决；对学习效果的判定主要以完成对基本理论知识的准确及深入理解的程度为依据。

四、教学时数分配

章节	课程内容	小计	学时分配		
			讲课	实习/实训	习题
1	计算机网络技术概述	4	4		
2	数据通信基础	6	4	2	
3	网络体系结构与协议	6	4	2	
4	局域网	6	4	2	
5	广域网	4	2	2	
6	Internet 与 TCP/IP	8	6	2	
7	计算机网络技术操作系统	6	4	2	
8	计算机网络技术应用环境	4	2	2	
9	计算机网络技术管理及安全	4	2	2	
	合计	48	32	16	

五、课程考核与评价

书面考试（主要为基本理论和基本知识内容，理解和分析问题）为主。平时成绩占课程成绩的 30%。课程结束集中考核 70%。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

计算机网络技术基础与应用，作者：郑阳平，出版社：化学工业出版社，出版时间：2014 年 07 月。

2. 参考书：

计算机与网络技术基础，作者：于淼，出版社：中国人民大学出版社，出版日期：2007 年 1 月 1 日。

计算机网络技术基础-(第 4 版)，作者：尚晓航，出版时：高等教育出版社，出版日期：2014 年 8 月 1 日。

《客户关系管理》课程教学大纲

课程名称：客户关系管理

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：16

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

通过对本课程的学习，学生能把握新经济时代的商务规律，树立“客户资源已经成为最宝贵财富”的管理思想，系统掌握客户关系管理的理论、方法与应用技术，并具备一定的 CRM 战略制定、CRM 开发及 CRM 项目管理控制的能力。

（三）任务

讲解电子商务实践中出现的基本问题及解决问题的基本方法，引导学生分析和解决电子商务实践中的常见问题，解决客户关系管理相关问题。

二、教学的基本内容和要求

CH1 CRM 概述

- 1.1 客户关系管理的涵义
- 1.2 客户关系管理的发展
- 1.3 客户关系管理系统的类型
- 1.4 客户关系管理的作用与行业应用
- 1.5 客户关系管理的营销策略
- 1.6 客户关系管理与企业文化
- 1.7 中国实施 CRM 的难点

基本要求

了解：CRM 产生的背景与发展历史、中国实施 CRM 的难点；

理解：CRM 的概念、作用；

掌握：CRM 系统的类型、客户关系管理的营销策略、客户关系管理与企业文化的关系。

教学重点：CRM 的概念。

教学难点：客户关系管理的营销策略。

CH2 客户关系管理理论基础

2.1 关系营销理论

2.2 客户生命周期及其价值

2.3 客户识别与客户细分

2.4 CRM 与客户满意度

2.5 CRM 与顾客忠诚度

2.6 客户满意陷阱及其成因

2.7 客户智能与客户知识

基本要求

了解：客户智能与客户知识；

理解：关系营销理论、客户满意度、客户忠诚度；

掌握：客户生命周期及其价值、客户识别与客户细分。

教学重点：关系营销理论、客户满意度、客户忠诚度。

教学难点：客户满意度和客户忠诚度的涵义及其评价。

CH3 CRM 软件系统

3.1 CRM 中软件系统的作用和定位

3.2 CRM 软件系统的一般模型

3.3 CRM 软件系统的组成部分

3.4 CRM 软件系统的技术功能

3.5 CRM 软件系统的系统模块

3.6 CRM 软件系统的发展趋势

3.7 CRM 软件系统的示例及实验安排

基本要求

了解：CRM 软件系统发展趋势；

理解：CRM 软件系统模型；

掌握：CRM 软件系统的技术功能。

教学重点：CRM 软件系统的系统模块。

教学难点：CRM 软件系统的一般模型。

CH4 CRM 系统设计

4.1 CRM 应用系统的设计思路

4.2 CRM 应用系统的设计平台

4.3 CRM 应用的基本功能模块和设计原理

基本要求

了解：CRM 应用系统的设计平台；

理解：CRM 应用系统的设计思路；

掌握：CRM 应用的基本功能模块和设计原理。

教学重点：CRM 应用系统的设计思路。

教学难点：CRM 系统的设计原理。

CH5 呼叫中心与客户服务中心

5.1 呼叫中心与 CRM 的关系

5.2 呼叫中心的概况

5.3 呼叫中心基本功能与实现方法

5.4 呼叫中心的技术结构

5.5 呼叫中心的演化过程

5.6 呼叫中心的应用实例

5.7 呼叫中心的外包应用

5.8 客户服务中心的设计与建设

基本要求

了解：呼叫中心的演化过程；

理解：呼叫中心的技术结构；

掌握：呼叫中心基本功能与实现方法；呼叫中心的外包应用；客户服务中心的设计与建设。

教学重点：呼叫中心的技术结构。

教学难点：呼叫中心基本功能与实现方法。

CH6 数据仓库与 CRM

6.1 数据仓库概述

6.2 客户关系管理中的数据仓库

6.3 客户关系管理数据仓库的实施

6.4 客户关系管理数据仓库试验

基本要求

了解：客户关系管理数据仓库技术前沿；

理解：CRM 的数据仓库；

掌握：CRM 数据仓库的构建。

教学重点：CRM 的数据仓库。

教学难点：CRM 数据仓库的构建。

CH7 数据挖掘与 CRM

7.1 数据挖掘概述

7.2 CRM 中数据挖掘应用

7.3 CRM 数据挖掘应用实例

基本要求

了解：CRM 中数据挖掘应用；

理解：数据挖掘的定义；

掌握：数据挖掘的技术。

教学重点：数据挖掘的定义。

教学难点：数据挖掘的技术。

CH8 CRM 应用的业务流程设计和自动化

8.1 业务流程概述

8.2 CRM 应用中流程应用需求分析

8.3 业务流程的计算机模型

8.4 CRM 的业务流程应用

基本要求

了解：CRM 的业务流程应用。

理解：业务流程的计算机模型；

掌握：CRM 应用中流程应用需求分析。

教学重点：CRM 应用中流程应用需求分析。

教学难点：业务流程的计算机模型。

三、本课程的教学重点

了解客户关系管理在现代企业管理中的应用状况与发展趋势；理解客户关系管理的基本理论；掌握客户关系管理方法与技术、客户关系软件系统的开发与应用。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	CRM 概述	2		0	2	
2	CRM 理论基础	2		0	2	
3	CRM 软件系统	2		4	6	
4	CRM 系统设计	2		0	2	
5	呼叫中心与客户服务中心	2		4	6	
6	数据仓库与客户关系管理	2		4	6	
7	数据挖掘与客户关系管理	2		4	6	
8	CRM 应用的业务流程设计和自动化	2		0	2	
	合 计	16		16	32	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材:

《客户关系管理：客户关系的建立与维护（第 3 版）》，作者：苏朝晖，出版社：清华大学出版社，出版时间：2014 年 5 月

2. 参考书:

《客户关系管理方法论》，作者：王广宇，出版社：清华大学出版社，出版时间：2004 年 09 月

《客户关系管理：营销战略与信息技术的整合》，作者：威廉·齐克蒙德，出版社：中国人民大学出版社，出版时间：2010 年 04 月

《客户关系管理》课程实训环节教学大纲

课程名称：客户关系管理研析

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：16

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该实训课程是电商专业的必修实践课，属于专业新生的认识实训，通过该实训课程，使学生了解客户关系管理的一般流程等。

（二）目的

通过本课程的学习能使学生对整体上了解客户关系管理的基本内容，掌握客户关系管理的基本流程、CRM 项目实施与项目管理，掌握 CRM 扩展与应用整合等，训练相关能力。

（三）任务

训练学生的实践技能，单机版客户关系管理软件的安装与使用，了解 CRM 软件产品介绍，学会解决问题的基本方法，引导学生分析和解决中国客户关系管理实践。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

实验项目一：单机版客户关系管理软件的安装与使用

类型：基本实验

内容：企能客户关系管理软件（单机版）的安装与使用

要求

了解：客户关系管理软件系统的运行环境；

理解：CRM 软件系统的功能结构图；

掌握：各个功能模块的功能与操作方法。

实验项目二：企能客户关系管理软件（单机版）的使用与维护

类型：基本实验

内容：企能客户关系管理软件（单机版）的使用与维护

要求

了解：客户关系管理软件系统的维护；

理解：各个功能模块的功能；

掌握：各个功能模块的操作方法；运用统计分析工具进行销售分析。

实验项目三：CRM 数据仓库设计与使用

类型：设计性实验

内容：CRM 数据仓库设计与使用

要求

了解：CRM 数据仓库技术前沿；

理解：客户销售数据仓库与多维数据集；

掌握：将 OLTP 系统中的数据转入数据仓库；进行 OLAP 多维分析。

实验项目四：数据挖掘软件在 CRM 中的应用

类型：设计性实验

内容：数据挖掘软件在 CRM 中的应用

要求

了解：数据挖掘技术前沿；

理解：数据挖掘的思想；

掌握：数据挖掘中决策树技术在 CRM 数据库营销中的应用。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是电子商务的基本流程、电子商务交易模式、电子商务基本技术、安全技术、网络营销、电子支付等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的实践基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时	实习/实训场所
1	单机版客户关系管理软件的安装与使用	各个功能模块的功能与操作方法	4	电子商务实训室
2	企能客户关系管理软件（单机版）的使用与维护	各个功能模块的操作方法；运用统计分析工具进行销售分析。	4	电子商务实训室
3	CRM 数据仓库设计与使用	将 OLTP 系统中的数据转入数据仓库；进行 OLAP 多维分析。	4	电子商务实训室
4	数据挖掘软件在 CRM 中的应用	数据挖掘中决策树技术在 CRM 数据库营销中的应用	4	电子商务实训室
	合计		16	

五、课程考核与评价

考试方法主要为上机操作和期末考查。

总评成绩为各实训项目成绩的加权成绩。

实训项目成绩的构成为：（1）实训课出勤、上机操作为 40%
（2）期末考试 60%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

《客户关系管理实训》，作者：杨莉惠，出版社：中国劳动社会保障出版社，出版时间：2006 年 06 月

2. 参考书：

《电子客户关系管理与实训》，作者：施志君，出版社：化学工业出版社，出版

时间:2009 年 03 月

《商务礼仪》课程教学大纲

课程名称：商务礼仪

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：16

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

通过本课程的学习，培养学生在人际交往过程中能够表现出良好的仪态和风度，使学生不仅理论知识水平过关，更要达到知书达礼高尚境界。

（三）任务

适合现代商务交往中的礼仪要求，表现文明规范、恰当得体的商务人员素质。

二、教学的基本内容和要求

第 1 章. 礼仪概述

基本要求：掌了解并掌握礼仪与礼貌、礼节的区别和礼仪的基本含义；

进而了解礼仪的特征、原则、种类、功能等。

教学内容：礼仪基本理论知识；礼仪的特征、原则、种类、功能。

教学重点：礼仪的基本涵义及与礼貌、礼节的区别。

第 2 章. 仪表、仪态、仪容礼仪

基本要求：在了解仪表、仪容、仪态三者关系的基础上，掌握仪表、仪态、仪容的礼仪规范，以纠正日常工作和生活中的不规范现象。

教学内容：

2.1、仪表、仪容、仪态的含义及三者的关系

2.2、服饰礼仪

1、服饰礼仪的内涵

- 2、服饰礼仪的原则
- 3、男士的服饰礼仪
- 4、女士的服饰礼仪
- 2.3、饰物佩带的礼仪
- 2.4、仪容礼仪
 - 1、仪容的含义
 - 2、仪容的塑造
 - 3、仪容的修饰美化
- 2.5、仪态礼仪
 - 1. 仪态的含义
 - 2. 仪态的礼仪规范
 - (1) 站有站功 挺直如松
 - (2) 坐有坐相 文雅端庄
 - (3) 走有走姿 从容稳重
 - (4) 仪态万千 手势领先

教学重点：各种不同的装束相对应的礼仪要求。

第 3 章. 办公室接待礼仪

基本要求：了解办公室的布置及礼品馈赠礼仪，掌握办公室礼仪及美化办公环境。

教学内容：

- 3.1、办公室的布置
 - 1. 办公室的场所布置
 - 2. 文件柜的摆放礼仪
 - 3. 电话机的摆放礼仪
- 3.2、办公礼仪的规范
 - 1. 仪表端庄、仪容整洁
 - 2. 言语友善、举止优雅
 - 3. 彬彬有礼、讲求效率
- 3.3、办公室接待礼仪

以有理、有利、有节为原则做相应的记录

营造团结、求实、和谐的气氛

3.4、商务接待礼仪

1. 迎接礼仪

2. 送客礼仪

3.5、商务拜访礼仪

1. 拜访礼仪

2. 迎访礼仪

3.6、礼品馈赠礼仪

1. 赠送礼品的时机

2. 礼品的选择

3. 赠送礼品礼节

4. 尊重各国赠礼的习俗

5. 接受礼品礼节

教学难点：有针对性地修饰和美化办公环境。

第 4 章. 商务谈判礼仪

基本要求：掌握商务谈判过程中的礼仪要求，

了解不同国家和地区的谈判风格及谈判人员应注意的礼仪细节。

教学内容：

4.1 谈判的准备

1. 确定谈判人员

2. 布置谈判会场

3. 其他准备

4.2 谈判之初

1. 确定迎接的规格

2. 抵达和离开时间

3. 做好接待的准备工作

4.3 谈判之中

1. 谈判实质性阶段的注意事项
2. 商务谈判活动的中心活动——交谈
- 4.4 谈后签约
- 4.5 部分国家和地区的商务谈判风格

教学难点：谈判之初、谈判之中、谈后签约中的各个阶段的礼仪规范。

第 5 章. 专题性商务活动礼仪

基本要求：通过了解宴会、舞会、庆典仪式、婚丧祝寿等专题性极强的社交活动自身所特有的规范，重点掌握赴宴应注意的礼仪规范和庆典仪式的礼仪规范。

教学内容：

5.1、宴会礼仪

- 1、宴会的种类
- 2、宴会的准备
- 3、宴会的程序
- 4、用餐的礼仪

5.2、舞会礼仪

- 1、邀请舞伴礼仪
- 2、跳舞礼仪
- 3、塑造良好形象

5.3、庆典仪式礼仪

- (一) 开业典礼
- (二) 剪彩仪式

5.4、婚丧祝寿礼仪

- (一) 婚礼
- (二) 丧礼
- (三) 祝寿礼仪

教学难点：文明用餐的礼仪要求。

第 6 章. 社交语言礼仪

基本要求：了解社交语言礼仪原则；

掌握交谈礼仪、商务谈判礼仪、演讲礼仪、电话礼仪等。

教学内容：

6.1、社交语言礼仪的含义

6.2、社交语言礼仪的原则

1、理智性原则。

2、适应性原则。

3、得体性原则。

4、平易性原则。

5、综合性原则。

6.3、交谈礼仪的基本规范

1、要持正确积极的态度。

2、准确把握交谈的类型。

3、选择恰当的话题

4、善于倾听。

5、善于控制气氛。

6、善于使用体态语、表情语。

6.4、演讲礼仪的基本规范

1、充分准备。

2、严格遵守规范程序。

3、注意仪表风度。

6.5、电话礼仪的基本规范

1、一般性电话礼仪。

2、打电话礼仪。

3、接电话礼仪。

4、移动电话。

6.6、座次安排的礼仪规范

教学难点：商务谈判中必须遵守的四项礼仪规范。

第 7 章. 礼俗和各国的礼仪风情

基本要求：了解在跨国家、跨地区、跨民族文化的社交活动中应当注意的礼仪风俗，以利于尽快适应工作角色的需求。

教学内容：礼仪与风俗习惯；世界部分国家的礼仪习俗；我国境内主要少数民族的礼俗。

教学难点：世界部分国家的礼仪习俗。

第 8 章. 日常公众生活礼仪

基本要求：了解日常公众生活中的称呼与介绍礼仪、见面礼仪、迎送接待礼仪、访问礼仪，掌握其基本的礼仪规范，以充分体现个人的修养和民族的文明。

教学内容：日常公众生活中常用的见面礼仪；称呼与介绍礼仪；如何在日常交往中体现商务人员的礼仪素质；各种礼仪的实际操作。

教学难点：日常交往中的几种常用见面礼。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是仪表、仪态、仪容礼仪和商务谈判礼仪、日常公众生活礼仪等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业素质，为学生以后毕业拥有良好的个人修养奠定良好的基础。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	礼仪概述	2		2	4	
2	仪表 仪态 仪容礼仪	2		2	4	
3	办公室接待礼仪	2		2	4	
4	商务谈判礼仪	2		2	4	
5	专题性商务活动礼仪	2		2	4	

6	社交语言礼仪	2		2	4	
7	礼俗和礼仪风情	2		2	4	
8	日常公众生活礼仪	2		2	4	
	合 计	16		16	32	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

礼仪金说：商务礼仪，作者：金正昆，出版社：北京联合出版公司，出版时间：2013年6月

2. 参考书：

商务礼仪解剖图鉴，作者：北条九美子，出版社：江苏凤凰文艺出版社，出版时间：2018年04月

晓梅说商务礼仪，作者：张晓梅，出版社：中国青年出版社，出版时间：2014年08月

《商务礼仪》课程实训环节教学大纲

课程名称：商务礼仪研析

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：16

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该实训课程是电商专业的必修实践课，属于专业新生的认识实训，通过该实训课程，使学生提高个人职业修养水平。

（二）目的

通过本课程的学习能使学生在整体上使大家能合乎礼仪、自如得体地面对客户、上司、同事以及客商，在各种不同类型的商务场合中展现完美出众的职业风采，更顺利地取得事业的成功。

（三）任务

训练学生的实践技能，提高学生的个人职业修养水平以及能使其在各种不同类型的商务场合中展现完美出众的职业风采。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一 见面问候的礼仪

对陌生人的见面进行仿真演习

项目二 介绍的礼仪

让同学之间进行自我介绍

项目三 使用名片的礼仪

对递交名片等活动的礼仪进行训练

项目四 接打电话的礼仪

熟知电话沟通时的礼仪和技巧

项目五 网络通讯礼仪

即时通讯工具的礼仪

项目六 办公室礼仪

工作时同事之间的礼仪

项目七 行进与位次礼仪

走路与坐车、聚会时的位次安排

项目八 职场面试礼仪

与面试官交流以及等待面试时的礼仪

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是接打电话的礼仪、办公室礼仪、行进与位次礼仪等商务场合的最基本内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业素质能力，为学生以后工作时展现出来的品质素养奠定良好的个人素养基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目 编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时	实习/实训 场所
1	见面问候的礼仪	对陌生人的见面进行仿真演习	2	社工实训室
2	介绍的礼仪	让同学之间进行自我介绍	2	社工实训室
3	使用名片的礼仪	对递交名片等活动的礼仪进行训练	2	社工实训室
4	接打电话的礼仪	熟知电话沟通时的礼仪和技巧	2	社工实训室
5	网络通讯礼仪	即时通讯工具的礼仪	2	社工实训室

6	办公室礼仪	工作时同事之间的礼仪	2	社工实训室
7	行进与位次礼仪	走路与坐车、聚会时的位次安排	2	社工实训室
8	职场面试礼仪	与面试官交流以及等待面试时的礼仪	2	社工实训室
	合 计		16	

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的加权成绩。

实训项目成绩的构成为：（1）实训课出勤率为 20%
 （2）口头展示与基本理论运用 20%
 （3）实践技能 30%
 （4）实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

《商务礼仪标准培训（第 3 版）》，作者：徐克茹，出版社：中国纺织出版社，
 出版时间：2015 年 03 月

2. 参考书：

《你的礼仪价值百万》，作者：陈萍，出版社：科学出版社，出版时间：2012 年 07 月

《商务礼仪实训-第 3 版》，作者：胡爱娟、吴清霜，出版社：首都经济贸易大学出版社，
 出版时间：2014 年 05 月

《电子商务法》课程教学大纲

课程名称：电子商务法

适用专业：电子商务专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

通过学习该课程，使学生比较系统的了解电子商务涉及的法律问题，掌握有关电子商务法律基本原理、知识和应用技能，将这些理论知识和方法与电子商务的实践结合起来，做到既是一个守法的电子商务专业人员，同时培养和提高学生电子商务和信息政策法律意识和素养。

（三）任务

通过本课程的学习，使学生系全面了解电子商务法律法规的发展趋势，初步掌握电子商务法律各分支的基本概念和几百年法律制度，培养学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中各种问题的能力

二、教学的基本内容和要求

说明：分为基础模块、职业模块和拓展模块三部分。

基础模块：

第 1 章 电子商务法基础

教学要求：

通过本章的学习，使学生知道国内外的电子商务的立法状态及尚待解决的法律问题，理解电子商务法的适用范围和基本原则、电子商务法的特征，运用理论正确判断电子商务法的适用对象。

教学内容：

1.1 电子商务的内涵与范围

1.2 电子商务法的调整对象和适用范围

1.3 电子商立法的特征

第 2 章 网络服务的基本法律问题

教学要求:

通过本章的学习,使学生知道服务提供商侵权的规则原则,理解网站设立的主要条件和程序、服务提供商所应承担的义务和责任,分析不同类型服务商在不同侵权情形下的归责。

教学内容:

2.1 网站设立的基本问题

2.2 网站设立及其网络服务的法律管制

2.3 网络服务提供商的义务和责任

第 3 章 在线交易主体及其规制

教学要求:

通过本章的学习,使学生了解在线企业设立的条件,掌握在线交易主体认定的基本原则、交易主体的资格、网上专卖店设立合同的基本内容。

教学内容:

3.1 在线交易概述

3.2 在线企业的设立和交易主体认定问题

第 4 章 电子签名与电子认证服务的法律制度

教学要求:

通过本章的学习,使学生,知道认证服务机构的管理办法和相关规定,理解电子签名的法律效力和电子认证各方当事人之间的法律关系,能够运用理论判断具有法律效力的电子签名的具体形式。

教学内容:

4.1 电子签名概述

4.2 世界电子签名立法现状与发展趋势

4.3 电子认证服务概述

4.4 电子认证服务法律关系

4.5 电子认证服务机构的管理

第 5 章 电子合同的法律制度

教学要求：

通过本章的学习，使学生知道电子合同中涉及的法律关系及违约救济，理解数据电文法律制度的基本内容、电子合同的基本特征，分析判断电子合同成立和生效的条件。

教学内容：

5.1 电子合同的概念与分类

5.2 数据电文

5.3 电子通信

5.4 电子合同的订立

5.5 电子合同成立的特殊形式

5.6 电子合同的法律关系

5.7 电子合同的履行及违约救济

第 6 章 电子支付的法律问题

教学要求：

通过本章的学习，使学生知道电子资金划拨中的常见错误及其法律责任的划分，理解电子支付中的各方当事人及其权利义务，分析电子支付纠纷的归责。

教学内容：

6.1 电子支付概述

6.2 电子支付立法

6.3 电子银行的法律规范

6.4 电子资金划拨中的法律问题

第 7 章 特殊形态电子商务的法律规制问题

教学要求：

通过本章的学习,使学生知道网游中的法律行为规范,理解网络广告、拍卖、证券交易中的特殊法律规定,会分析网络广告的侵权行为。

教学内容:

- 7.1 网络广告的法律规制
- 7.2 网上拍卖的法律规制
- 7.3 网上证券交易的法律规制
- 7.4 网络游戏的法律规制

第 8 章 在线不正当竞争行为与网上无形财产权保护

教学要求:

通过本章的学习,使学生知道网络环境下的不正当竞争行为,理解网络域名及著作权的保护规定、数据库的保护内容,会分析判断域名注册的撤销条件、网页侵权的构成。

教学内容:

- 8.1 网络环境下的不正当竞争行为
- 8.2 域名和网站名称的保护问题
- 8.3 网页抄袭和信息库资料引用行为

第 9 章 电子商务中消费者权益保护的法律问题

教学要求:

通过本章的学习,使学生知道在线交易中消费者权益保护面临的问题,理解网络个人资料收集和使用的规范、网络消费者权益保护的法律适用,会分析网络个人隐私的保护范围。

教学内容:

- 9.1 消费者权益保护概述
- 9.2 在线交易中消费者权益的保护
- 9.3 在线交易中消费者个人隐私的保护

第 10 章 电子商务税收的法律问题

教学要求:

通过本章的学习,使学生知道电子商务税收管理的现状及发展趋势,理解电子商务对税收政策的影响、中国电子商务税收的探索。

教学内容:

10.1 电子商务的出现对税收政策产生的影响

10.2 电子商务税收问题国际探索

10.3 我国电子商务税收问题探索

第 11 章 电子商务交易纠纷的解决**教学要求:**

通过本章的学习,使学生知道电子商务的基本纠纷形式,理解网络环境下民事纠纷的管辖规定、电子商务争议的解决方式,会分析网络纠纷的管辖权确定。

教学内容:

11.1 网络环境下民事诉讼的管辖

11.2 电子商务纠纷的法律适用

11.3 电子商务诉讼中的证据问题

11.4 争议解决替代方式

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是网络不同性质服务商的侵权责任划分、电子合同的成立和生效要件、电子支付的各方当事人的权利义务、资金划拨中的归责等内容。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	电子商务法基础	2			2	
2	网络服务的基本法律问题	2			2	
3	在线交易主体及其规制	2	2		4	

4	电子签名与电子认证服务的法律制度	2	2		4	
5	电子合同的法律制度	4	2		6	
6	电子支付的法律问题	2	2		4	
7	特殊形态电子商务的法律规制问题	4	2		6	
8	在线不正当竞争行为与网上无形财产	2	2		4	
9	电子商务消费者权益保护的 法律问题	2	2		4	
10	电子商务税收的法律问题	2	2		4	
11	电子商务交易纠纷的解决	2	2		4	
	复习	4			4	
	合计	30	18		48	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

电子商务法律实务，孙祥和主编，中国人民大学出版社，2018年03月

2. 参考书：

电子商务法律法规，王建军主编，中国劳动社会保障出版社，2017年09月

《跨境电商实务》课程教学大纲

课程名称：跨境电商实务

适用专业：电子商务、物流管理

总学时： 48

一、本课程的性质、目的和任务

（一）性质：《跨境电商实务》是物流管理（跨境电商）专业的一门学科专业基础课，是为培养适合我国现代化经济发展需要的跨境电子商务人才服务的实践性较强的经贸类专业课程。

（二）目的：通过本课程的学习，使学生掌握跨境电子商务的基本理论、发展趋势及前景，认识跨境电子商务的特点、跨境电子商务的模式，了解目前国内外几种常用的跨境电子商务平台及相关知识；熟悉外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务；掌握国际物流和国际支付知识；掌握外贸市场网络调研、选品、采购；掌握对外产品网上报价、发布及推广；掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护；掌握在跨境交易的整个过程中相关问题的正确处理等专业知识和业务操作。

（三）任务：把学生培养成为能够根据国际市场需求和不同的跨境电商平台，进行跨境网络调研、独立寻求货源并进行采购，能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺，能够进行平台基本操作和订单处理流程等业务操作能力和从事跨境电商运营与策划工作的跨境电商贸易人才。

二、教学内容和要求

说明：分为基础模块、职业模块和拓展模块三部分。

基础模块：

项目一 跨境贸易电子商务职业认知

教学要求：

通过本章的学习，了解跨境贸易电子商务形成与发展，掌握跨境贸易电子商务平台常用术语，熟知跨境贸易电子商务职业素养。

教学内容：

任务一 跨境贸易电子商务形成与发展

任务二 跨境贸易电子商务平台常用术语

任务三 跨境贸易电子商务职业素养

项目二 跨境贸易电子商务政策与法律

教学要求:

通过本章的学习,了解跨境贸易电子商务政策与演变,熟悉跨境贸易电子商务法律法规与实施,熟悉跨境贸易电子商务政策与实施。

教学内容:

任务一 跨境贸易电子商务政策与演变

任务二 跨境贸易电子商务法律法规与实施

任务三 跨境贸易电子商务政策与实施

职业模块:

项目三 跨境贸易电子商务出口准备

教学要求:

通过本章的学习,了解海外跨境电商进口市场分析,掌握跨境电商出口平台选择以及跨境电商出口产品选择。

教学内容:

任务一 海外跨境电商进口市场分析

任务二 跨境电商出口平台选择

任务三 跨境电商出口产品选择

项目四 跨境贸易电子商务出口平台敦煌网的操作

教学要求:

通过本章的学习,能够进行店铺注册与认证流程操作,掌握产品信息上传与发布流程操作以及跨境物流与运费设置操作。

教学内容:

任务一 店铺注册与认证流程操作

任务二 产品信息上传与发布流程操作

任务三 跨境物流与运费设置操作

项目五 跨境贸易电子商务出口客户服务

教学要求:

通过本章的学习,掌握如何下订单、如何处理客户的订单、如何与客户沟通以及产品的售后服务。

教学内容:

任务一 订单处理

任务二 客户沟通

任务三 售后服务

项目六 跨境贸易电子商务进口准备

教学要求:

通过本章的学习,了解跨境电商进口简介,熟悉跨境电商进口模式的种类及特点,了解跨境电商进口平台分类,了解跨境电商进口的发展。

教学内容:

任务一 跨境电商进口简介

任务二 跨境电商进口模式对比

任务三 跨境电商进口平台分类

任务四 跨境电商进口未来发展分析

项目七 跨境贸易电子商务进口平台跨境通的操作

教学要求:

通过本章的学习,了解跨境电商进口简介,熟悉跨境电商进口模式的种类及特点,了解跨境电商进口平台分类,了解跨境电商进口的发展。

教学内容:

任务一 上海跨境通平台简介

任务二 跨境通购物流程操作

任务三 订单作废及申诉流程操作

任务四 企业入驻跨境通流程操作

项目八 跨境贸易电子商务进口平台跨境购的操作

教学要求：

通过本章的学习，了解宁波跨境购平台简介，掌握跨境购购物流程操作，熟悉跨境购平台其他功能操作。

教学内容：

任务一 宁波跨境购平台简介

任务二 跨境购购物流程操作

任务三 跨境购平台其他功能操作

三、本课程的教学重点

说明：本课程的教学重点是贸易术语、各种运输方式，保险，国际贸易货款的支付方式，交易磋商。本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事货代、国际贸易、运输等工作岗位的职业能力，为学生以后的工作奠定良好的基础。

四、课程学时分配

序号	教学内容	学时数			
		理论教学	实验	上机	作业
1	项目一 跨境贸易电子商务职业认知	1		5	
2	项目二 跨境贸易电子商务政策与法律	1		1	
3	项目三 跨境贸易电子商务出口准备	2		2	
5	项目四 跨境贸易电子商务出口平台敦煌网的操作	2		9	
5	项目五 跨境贸易电子商务出口客户服务	1		7	
6	项目六 跨境贸易电子商务进口准备	1		2	
7	项目七 跨境贸易电子商务进口平台跨境通	2		5	

	的操作				
8	项目八 跨境贸易电子商务进口平台跨境购 的操作	2		5	
合 计		12		36	

五、课程的考核与评价

1. 期末考试：开卷考试，占总成绩70%；
2. 考勤及课堂讨论表现占10%；
3. 作业及实践项目成绩占20%。

六、使用教材及参考书

1、教材

《跨境电商操作实务》，王方，中国人民大学出版社，2017年02月

2、参考书

《跨境电商：阿里巴巴速卖通实操全攻略》，冯晓宁、梁永创等主编，人民邮电出版社，2015年10月

《跨境电商实务》课程实训环节教学大纲

课程名称：跨境电商实务

适用专业：电子商务、物流管理

实训学时： 36

一、本实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）实习/实训课程性质：跨境电商实务实训是物流管理专业的必修实践课程，是为培养适合我国现代化经济发展需要的跨境电子商务人才服务的物流管理（跨境电商）专业专业基础实训课程。

（二）目的：通过本课程的学习，让学生在课内实训环节掌握跨境电子商务平台的介绍与选择、跨境电子商务平台基本操作、国际物流与跨境支付、跨境网络营销推广与数据分析、客户服务与维护等知识。通过实践操作使学生在“教、学、做”一体化教学模式过程中，充分发挥学生的主体作用，把教学的着力点放在引导学生的“学和做”上，培养学生可持续发展的能力、职业迁移能力与创新能力，为学生电子商务相关职业能力可持续发展奠定良好的理论和实践基础。

（三）任务：把学生培养成符合社会市场需求、掌握物流与跨境电商知识的复合型跨境电商物流人才为目标。

二、本实习/实训课程的基本内容和要求

1. 跨境电子商务平台的介绍与选择

通过学习使学生了解跨境电子商务平台的特点、分类；理解跨境电商平台的盈利方式；跨境电商平台提供的服务种类；掌握跨境电商平台的选择和国内外主要跨境电商平台的基本情况。

2. 跨境电子商务平台基本操作

通过学习使学生了解阿里巴巴速卖通基本规则；掌握阿里巴巴速卖通买家操作；阿里巴巴速卖通卖家操作；掌握海外市场调研和市场选品、产品发布、管理产品、交易管理。

3. 国际物流与跨境支付

通过学习使学生了解国际物流及其它快递、海外仓储集货的物流方式、国际物流与物流服务商的选择、理解国际运费计算方法；物流方案查询方法；掌握物流模板设置；国际邮政小包线上发货操作方法。

跨境支付：账户设置；收款账户的类型；创建、绑定和修改支付宝收款账户的流程；注册和激活支付宝；查询银行的 Swift Code；支付宝账户认证流程；创建美元收款账户；美元收款账户相关问题；收费标准；提现收款。

4. 跨境网络营销推广与数据分析

通过学习使学生了解跨境网络营销推广的方式，理解速卖通营销、直通车、SNS 营销等；掌握数据分析的基本方法和行业数据分析、店铺经营分析的基本方法。

5. 客户服务与维护

通过学习使学生了解跨境电子商务的客户服务内容；理解信用评价的规则以及如何解决差评问题；掌握跨境电商的纠纷处理流程和注意事项。

三、本实训课程的教学重点

本课程的教学重点是跨境电子商务平台基本操作以及国际物流与跨境支付。

四、本实训课程学时分配

项目 编号	实训项目名称	实训内容介绍	实训课 学时数	理论讲 课学时	实训场所
一	跨境电子商务平台的介绍与选择	国内外跨境电商平台有哪些？如何选择？	4	1	实训室
二	跨境电子商务平台基本操作	阿里巴巴速卖通基本规则；买家操作；卖家操作；海外市场选品、产品发布、管理产品、交易管理。	8	1	实训室
三	国际物流与跨境支付	海外仓操作以及跨境支付方式和操作	4	1	实训室
四	跨境网络营销推广与数据分析	跨境网络营销推广的方式，数据分析、店铺经营	8	2	实训室

		分析的基本方法实训室			
五	客户服务与维护	跨境电子商务的客户服务内容；信用评价的规则及纠纷处理	6	1	实训室
合计			30	6	

五、课程考核与评价

1、考核方式

根据平时实训操作和实训报告进行考核。实训期间专业实习指导教师对实训学生进行管理，指导完成实训作业和报告，实训结束后，对学生进行全面考核，写出实训鉴定，评定出实训成绩等级（优、良、中、及格、不及格）。

2、评分方法

考勤占 20%，实训操作占 50%，实训报告成绩占 50%。

六、推荐教材及实验实训指导书、参考书

1、教材

《跨境电商操作实务》，王方，中国人民大学出版社，2017 年 02 月

2、参考书

《跨境电商：阿里巴巴速卖通实操全攻略》，冯晓宁、梁永创等主编，人民邮电出版社，2015 年 10 月

《管理学》课程教学大纲

课程名称： 管理学

适用专业： 电子商务、物流管理

总学时： 32

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程的性质

《管理学》课程是经济管理类专业开设的一门基础性必修课程。管理学是一门系统地研究人类管理活动的普遍规律、基本原理和一般方法的课程。它既是管理实践经验的结晶，也是综合运用现代社会科学、自然科学和技术科学研究成果的边缘性学科，属于应用性学科范畴。管理理论和方法具有普遍的适用性，对各种社会组织都有普遍的指导作用。通过对本课程的学习，学生能够了解管理理论与实践的发展趋势，全面系统地掌握管理学的基本原理和方法，为进一步学习有关专业课和管理实践工作奠定良好的基础。

（二）课程的目的

通过本课程的学习，一是使学生了解古今中外管理思想的发展，管理的基本原理与方法，真正学会对认识进行再认识，对思想进行再思想；二是使学生了解和掌握管理的计划、组织、领导、控制，创新等职能的基本内涵，要求及科学有效实现的方法，对管理职能和过程有一个基本了解；三是使学生能运用所学管理知识进行具体的管理案例分析，并能够在学完课程后对管理实践进行考察，提高学生分析管理问题和解决管理问题的能力，也就是要使学生不仅能够知道“管理”的过程，而且能够弄清“管”的逻辑；四是开启学生思维并使之追求管理智慧，使学生通过管理学知识的学习而真正学会并能够用自己的头脑来思考管理学理论与实践问题。在具体进行本课程的学习时，要求学生一要在课堂上认真听讲并作好课前预习和课后复习，力争弄懂弄通教材内容；二要认真完成所布置的课外作业和案例分析，并积极就课堂讨论题目作好准备；三是作些社会（机构或组织）管理调研，为弄懂课程内容积累感性认识和锻炼自己分析、解决管理问题的能力。

（三）课程的任务

通过该门课程的学习，使学生了解管理和理论发展变化的运动规律，熟

悉管理学的基础理论、基础知识，掌握管理的基本方法和技能，完善学生的知识结构，提高学生的整体知识水平和综合素质，具有发现问题、分析问题、解决问题的能力，把学生培养成为从事管理工作的复合型、应用型人才，并为学生今后继续学习和终身发展奠定一定的管理理论基础。

二、本课程教学的基本内容和要求

说明：分为基础模块、职业模块和拓展模块三部分。

基础模块：

第一章 管理与管理者

教学要求

通过本章的学习，使学生熟悉管理和管理学的基本内涵；掌握管理的主要性质、职能、原则、内容、基本原理和方法。

教学内容

第一节 管理的基本内涵

一、管理的概念 二、管理者的含义 三、管理者的分类 四、管理者的技能 五、管理的性质 六、管理的职能、七、管理的原则、八、管理的内容 九、管理的基本管理的原理 十、管理的方法。

第二节 管理学的基本内涵

一、管理学的基本特点 管理学研究的内容和方法

第二章 管理思想与管理理论的发展

教学要求

通过本章的学习，使学生了解管理理论形成的历史背景；熟悉管理理论丛林中不同历史阶段鲜明的观点或者要解决的主要管理问题；掌握管理理论创始人或者代表人物以及主要观点和管理学理论的演变及其发展趋势。

教学内容

第一节 早期管理思想

第二节 古典管理理论

一、泰罗的科学管理理论 二、法约尔的一般管理理论 三、韦伯的行政组织理论

第三节 行为科学理论

一、人际关系学说 二、行为科学理论

第四节 现代管理理论

一、现代管理理论的特点 二、现代管理理论的主要学派 三、 现代管理理论发展的新趋势

职业模块

第三章 组织

教学要求

通过本章学习,了解组织的概念和功能,熟悉组织结构的基本形式及其优缺点、正式组织与非正式组织,掌握组织设计的基本原则、组织变革的动因、方式、内容阻力及其克服。

教学内容

第一节 组织概述

一、组织的概念 二、组织的功能

第二节 组织设计

一、组织设计的思想 二、组织设计的依据 二、组织设计的原 则 三、典型的组织结构

第三节 组织结构

一、组织的结构形式 二、正式组织与非正式组织

第四节 组织变革

一、组织变革的动因 二、组织变革的方式和内容 三、组织变革的步骤 四、组织变革的阻力及其克服

第四章 领导

教学要求

通过本章教学,使学生了解有关领导的一些基本概念、熟悉领导权力和影响力,掌握一些著名的领导理论和领导的基本方法,锻炼提高领导影响力与领导艺术。

教学内容

第一节 领导概述

一、领导 二、领导作用 三、领导和领导者 四、领导影响力 五、领导的素质 六、领导的特征。

第二节领导理论

一、领导人性理论 二、领导特质理论 三、领导行为理论 四、领导权变理论。

第五章 组织环境

教学要求

通过本章教学，使学生了解组织环境的概念、构成、环境研究的意义、作用。熟悉组织的内外环境，掌握组织文化的概念、特征、内容、功能，组织对环境的影响、企业的社会责任与伦理规范。

教学内容

第一节 组织环境概述

一、组织环境的构成 二、环境研究的意义、作用

第二节 组织外部环境

一、一般环境 二、特殊环境

第三节 组织内部环境

一、组织文化 二、组织文化的功能

第四节 组织网络经济环境

第五节 组织对环境的影响

第六节 企业的社会责任与伦理规范。

一、企业的社会责任 二、企业的伦理规范。

第六章 决策

教学要求

通过本章的学习，使学生了解管理信息的概念、特征、分类、收集、加工，熟悉管理预测的作用、种类、方法，掌握决策的特征、分类、影响决策的因素、决策的程序、方法。

教学内容

第一节 管理信息

一、管理信息的特征 二、管理信息的分类 三、管理信息的收集、加工

第二节 预测

一、预测的原理 二、预测的作用 三、预测的种类 四、预测的方法

第三节 决策

一、决策的特征、分类、二、影响决策的因素 三、决策的程序、方法。

第七章 目标管理

教学要求

通过本章的学习，使学生理解目标的概念、特征，熟悉目标管理的特点、基本思想、优点和局限性，掌握目标制定的依据、原则、注意的问题。

教学内容

第一节 目标概述

一、目标的概念、特征 二、目标制定的依据、原则三、目标制定注意的问题。

第二节 目标管理

一、目标管理的特点 二、目标管理的基本思想 三、目标管理的基本过程 四、目标管理的优点和局限性。

第三节 目标管理的发展和创新

第八章 计划和计划工作

教学要求

通过本章的学习，使学生熟悉计划的内容、性质、目的、作用、类型。掌握计划编制的内容、要求、方法、程序。

教学内容

第一节 计划工作概述

一、计划的定义 一、内容、性质 二、计划的目的、作用 三、计划的类型

第二节 计划的编制

一、计划的编制的内容 二、计划制定的要求 三、计划编制的方法
四、计划编制的程序

第九章 人力资源管理

教学要求

通过本章的学习,使学生了解人力资源概念、特征,人力资源管理工作的原则、任务、过程、规划;熟悉人力资源的规划、培训的意义、目的、要求、计划、方式;掌握人力资源管理工作的组织、员工选聘的原则、标准、程序、方法、影响选聘的因素、员工绩效考评。

教学内容

第一节 人力资源管理概述

一、人力资源的概念、特征 二、人力资源管理工作的原则 三、人力资源管理工作的任务 四、人力资源管理工作的过程。

第二节 人力资源规划

一、人力资源规划的原则 二、员工职务分析 三、人力资源规划的程序

第三节 人力资源管理工作的组织

一、人力资源管理者的职责 二、人力资源管理部门的分工。

第四节 员工的选聘

一、招聘的原则 二、管理人员招聘的标准 三、管理人员招聘的程序、方法四、影响选聘的因素 五、员工绩效考评。

第五节 人力资源的培训

一、人力资源的培训意义、目的、要求 二、人力资源的培训的计划 三、人力资源的培训的方式、方法、类型 四、职业技能的鉴定 五、职业资格证书。

第十章 沟通与冲突

教学要求

通过本章学习,使学生熟悉沟通的概念、内容、特点、功能、作用、过程、类别、掌握沟通的障碍、改进措施和冲突的原因、类型、过程、作用及冲突的管理。

教学内容

第一节 沟通

一、沟通的概念、内容、特点 二、沟通的概念、内容、特点、功能、作用 三、沟通的过程、类别 四、沟通的障碍及改进措施。

第二节 冲突

一、冲突的原因、类型 二、冲突的过程、功能 三、冲突的管理。

第十一章 激励

教学要求

通过本章学习，使学生熟悉激励的含义、需要、动机、行为、目标之间的关系、激励的假设；掌握激励的理论和激励的技巧。

教学内容

第一节 激励的性质

一、激励的含义 二、需要、动机、行为、目标之间的关系

第二节 激励的假设

第三节 激励的理论

内容型激励理论

第四节 激励的技巧

一、目标激励 二、员工参与计划 三、工作满意度 四、员工持股 五、薪酬管理

第十二章 控制

教学要求

通过本章学习，使学生熟悉控制的概念、特征、类型、原理；掌握控制的方法、控制的过程、控制的系统、要求、艺术。

教学内容

第一节 控制概述

一、控制的概念、特征 二、控制的必要性与前提 三、控制的类型、原理

第二节 控制的方法

预算、成本、生产、质量、财务、审计、人事、危机、信息控制

第三节 控制的过程

一、确定标准 二、衡量工作 三、鉴定偏差 四、矫正 四、员工持股 五、薪酬管理

第四节 有效控制

一、控制系统 二、有效控制要求 三、有效控制艺术
拓展模块

第十三章 创新

教学要求

通过本章学习，使学生了解创新的概念、原则、条件；熟悉变革与创新管理；掌握创新管理的内容。

教学内容

第一节 创新概述

一、创新的含义 二、创新的概念、原则、条件 三、创新的内容、源泉

第二节 创新管理与维持管理

第三节 变革与创新管理

一、变革与创新过程 二、领导变革与创新 三、创新管理技能

第四节 企业技术创新

三、本课程的教学重点

- 1、管理的主要性质、职能、原则、内容、基本原理和方法。
- 2、管理理论创始人或者代表人物以及主要观点和管理学理论的演变及其发展趋势。
- 3、组织设计的基本原则、组织变革的动因、方式、内容、阻力及其克服。
- 4、著名的领导理论和领导的基本方法、领导影响力与领导艺术。
- 5、组织文化的特征、内容、功能，组织对环境的影响。
- 6、影响决策的因素、决策的程序、方法。
- 7、目标制定的依据、原则、注意的问题。
- 8、计划编制的内容、要求、方法、程序。
- 9、人力资源管理工作的组织、员工选聘的原则、标准、程序、方法，员工绩效考评。
- 10、沟通的障碍、改进措施和冲突的原因、类型、过程、作用及冲突的管理。
- 11、激励的理论和激励的技巧。

12、控制的方法、过程、系统、要求、艺术。

13、创新管理的内容。

四、课程学时分配

序号	教学内容	理论讲 课学时	习题课 学时	实习/ 实训 课学时	小计	备注
	第一章 管理与管理 第一节 管理的基本内涵 第二节 管理学的基本内涵	1		2	3	
	第二章 管理思想与管理理论的发展 第一节 早期管理思想 第二节 古典管理理论 第四节 现代管理理论	1			1	
	第三章 组织 第一节 组织概述 第二节 组织设计 第三节 组织结构 第四节 组织变革	1		4	5	
	第四章 领导 第一节 领导概述 第二节 领导理论	1		2	3	
	第五章 组织环境 第一节 组织环境概述 第二节 组织外部环境 第三节 组织内部环境 第五节 组织对环境的影响 第六节 企业的社会责任与伦理规范	1		4	5	
	第六章 决策	1			1	

第一节 管理信息 第二节 预测 第三节 决策					
第七章 目标管理 第一节 目标概述 第二节 目标管理 第三节 目标管理的发展和创新的	1		2	3	
第八章 计划和计划工作 第一节 计划工作概述 第二节 计划的编制	1			1	
第九章 人力资源管理 第一节 人力资源管理概述 第二节 人力资源规划 第三节 人力资源管理工作的组织 第四节 员工的选聘	1			1	
第十章 沟通与冲突 第一节 沟通 第二节 冲突	1		2	3	
第十一章 激励 第一节 激励的性质 第二节 激励的假设 第三节 激励的理论 第四节 激励的技巧	1			1	
第十二章 控制 第一节 控制概述 第二节 控制的方法 第三节 控制的过程 第四节 有效控制	1			1	
第十三章 创新	1			1	

	第一节 创新概述 第二节 创新管理与维持管理 第三节 变革与创新管理					
	复习	1			1	
	考试	2			2	
	合计	16		16	32	

五、课程考核与评价

考查成绩评定总则：平时成绩占总成绩的 30%，期末成绩占总成绩的 70%。

平时成绩评定：平时成绩通过作业、讨论、听课情况、考勤情况等方式进行，占总成绩的 30%。

期末考核评定：期末成绩通过考试评定，占总成绩的 70%。

六、教材及参考书

1、教材：

《管理学原理与应用（第 2 版）》，秦虹主编，北京大学出版社，2016 年 08 月

2、参考书：

《管理学》（第一版），邓敬才主编，中国矿业大学出版社，2009 年 8 月。

《管理基础》，李英主编，大连理工大学出版社，2012 年 1 月。

《商品信息采集与处理》课程教学大纲

课程名称：商品信息采集与处理

适用专业：电子商务专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业课、必修课。

（二）目的

通过学习该课程，使学生首先了解商品信息采集的基本知识、色彩和构图的基本理论以及数码相机的基本操作，然后选取日用品、箱包皮具、金属与玻璃制品、服装等典型商品掌握其拍摄过程和拍摄技巧，最后针对商品的网上展示学会图片处理、合成的方法和技巧。

（三）任务

通过本课程的学习，使学生系全面掌握商品的拍摄及处理过程，培养学生运用各种方法和技巧完成商品信息采集与处理的能力

二、教学的基本内容和要求

说明：分为基础模块、职业模块和拓展模块三部分。

基础模块：

第 1 章 商品信息概述

教学要求：

通过本章的学习，使学生了解商品信息采集的要点，熟悉室内商品信息采集环境的搭建。

教学内容：

第 1 节 商品信息采集的要点

第 2 节 室内商品信息采集环境的搭建

第 2 章 色彩设计与构图

教学要求:

通过本章的学习,使学生掌握如何对商品图片进行色彩设计以及如何进行构图设计。

教学内容:

第 1 节 色彩设计与应用

第 2 节 构图设计与应用

第 3 章 数码相机的基本操作

教学要求:

通过本章的学习,使学生了解如何选择数码相机,能够对相机进行操作,如何进行正确的曝光控制,如何调整白平衡。

教学内容:

第 1 节 数码相机的选择与基本操作

第 2 节 正确的曝光控制

第 3 节 白平衡的调整

职业模块:

第 4 章 日用品的拍摄

教学要求:

通过本章的学习,使学生掌握日用品的拍摄,以写字笔和文具盒为例。

教学内容:

第 1 节 写字笔的拍摄

第 2 节 文具盒的拍摄

第 5 章 箱包皮具的拍摄

教学要求:

通过本章的学习,使学生掌握皮带、皮包以及皮鞋的拍摄。

教学内容:

第 1 节 皮带的拍摄

第 2 节 皮包的拍摄

第 3 节 皮鞋的拍摄

第 6 章 金属、玻璃制品的拍摄

教学要求:

通过本章的学习,使学生如何对金属、玻璃制品进行拍摄,以不锈钢保温杯和香水为例。

教学内容:

第 1 节 不锈钢保温杯的拍摄

第 2 节 香水的拍摄门

第 7 章 服装的拍摄

教学要求:

通过本章的学习,使学生掌握服装的拍摄,以牛子裤和女卫衣为例。

教学内容:

第 1 节 牛仔褲的拍摄门

第 2 节 女卫衣的拍摄

第 8 章 商品图片的基本处理

教学要求:

通过本章的学习,使学生学会对商品图片进行基本处理,包括曝光不正确的商品图片处理,商品图片色彩的调整,以及替换商品的图片。

教学内容:

第 1 节 曝光不正确的商品图片处理

第 2 节 商品图片色彩的调整

第 3 节 替换商品的图片

拓展模块:

第 9 章 商品图片的特效处理

教学要求：

通过本章的学习，使学生学会对商品图片进行优化处理，学会文字的设计，掌握商品图片海报的设计。

教学内容：

第 1 节 商品图像优化处理

第 2 节 文字的设计

第 3 节 商品图片海报的设计

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是日用品的拍摄、箱包皮具的拍摄、服装的拍摄、商品图片的基本处理等内容。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	商品信息概述	2			2	
2	色彩设计与构图	2			2	
3	数码相机的基本操作	2			2	
4	日用品的拍摄	3		4	7	
5	箱包皮具的拍摄	4		6	10	
6	金属、玻璃制品的拍摄	3		6	9	
7	服装的拍摄	2		4	6	
8	商品图片的基本处理	2		2	4	
9	商品图片的特效处理	2		2	4	
	复习	2			2	
	合 计	24		24	48	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

商品信息采集与处理，张红、商玮主编，高等教育出版社，2013 年 08 月

2. 参考书：

商品学，汪永泰、毕雪等主编，中国人民大学出版社，2017 年 05 月

《商品信息采集与处理》课程实训环节教学大纲

课程名称：商品信息采集与处理

适用专业：电子商务专业

学时：24

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该实训课程是电商专业的必修实践课，通过该实训课程，使学生学会商品信息采集与处理的基础知识、方法和技巧等。

（二）目的

通过本课程的学习能使学生掌握日用品、箱包皮具、金属与玻璃制品、服装等典型商品掌握其拍摄过程和拍摄技巧，能够对商品的网上展示进行图片处理、合成的方法和技巧。

（三）任务

训练学生的实践技能，了解商品信息采集与处理实践中出现的基本问题，学会商品信息采集与处理的基本方法和技巧。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一 日用品的拍摄

教学内容和要求：学会写字笔和文具盒两种日用品的拍摄。

项目二 箱包皮具的拍摄

教学内容和要求：使学生练习并掌握皮带、皮包以及皮鞋的拍摄。

项目三 金属、玻璃制品的拍摄

教学内容和要求：用不锈钢保温杯和香水两种制品为例，学习商品拍摄。

项目四 服装的拍摄

教学内容和要求：让学生掌握服装的拍摄，以牛子裤和女卫衣为例。

项目五 商品图片的基本处理

教学内容和要求：练习并掌握曝光不正确的商品图片处理，商品图片色彩的

调整，以及替换商品的图片。

项目六 商品图片的特效处理

教学内容和要求：使学生学会对商品图片进行优化处理，学会文字的设计，掌握商品图片海报的设计。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是日用品、箱包皮具、服装的拍摄等内容。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时	实习/实训场所
1	日用品的拍摄	写字笔、文具盒的拍摄	3	实训室
2	箱包皮具的拍摄	皮带、皮包、皮鞋的拍摄	4	实训室
3	金属、玻璃制品的拍摄	不锈钢保温杯、香水的拍摄	3	实训室
4	服装的拍摄	牛子裤、女卫衣的拍摄	2	实训室
5	商品图片的基本处理	曝光不正确的商品图片处理，商品图片色彩的调整，以及替换商品的图片	2	实训室
6	商品图片的特效处理	商品图像优化处理、文字的设计、商品图片海报的设计	2	实训室
	合计		24	

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

- 实训项目成绩的构成为：
- (1) 实训课出勤率为 20%
 - (2) 口头展示与基本理论运用 20%
 - (3) 实践技能 30%
 - (4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

商品信息采集与处理，张红、商玮主编，高等教育出版社，2013 年 08 月

2. 参考书：

商品学，汪永泰、毕雪等主编，中国人民大学出版社，2017 年 05 月

《网页设计与制作》课程教学大纲

课程名称：网页设计与制作

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

本课程为电子商务专业的专业必修课。

（二）目的

通过本课程的学习，要求学生掌握静态网页的制作方法、学会 HTML 语言、熟悉站点的上传和维护并能够独立解决网页编辑中遇到的一般问题，能熟练运用 Dreamweaver 进行网站的导入、规划、管理、发布的相关技术及网页制作的操作技能；能熟练掌握 JAVASCRIPT 脚本编程语言的基本语法知识，能实现网页的交互和特殊效果；能维护、管理和设计 WEB 应用程序；能独立设计小型 WEB 站点

（三）任务

通过本课程掌握各个环节知识，学生可以相互配合完成简单网站的制作。

二、教学的基本内容和要求

基础模块

（一）理论教学

第一章 初识网页

- 基本要求：
1. 熟悉因特网提供的主要服务。
 2. 掌握网页的基本元素。
 3. 熟悉网页设计原则。
 4. 理解网页与网站的概念。

教学内容：因特网提供的主要服务；网页的基本元素；网页设计原则；网页与网站的概念。

教学重点：网页的基本元素、网页设计原则。

第二章 认识 FrontPage 2000

- 基本要求：
1. 熟悉 FrontPage 2000 的界面。
 2. 掌握新建、保存网页的基本操作方法。
 3. 掌握预览、打开、关闭网页的方法。

教学内容：FrontPage 2000 的界面；新建、保存网页的基本操作方法；预览、打开、关闭网页的方法。

教学重点：新建、保存网页的基本操作方法。

第三章 网页文本的操作

- 基本要求：
1. 掌握文本的一些基本操作。
 2. 掌握网页的美化的基本方法。
 3. 掌握文字的超链接的做法。

教学内容：文本的一些基本操作；网页的美化的基本方法；文字的超链接的做法。

教学重点：新建、保存网页的基本操作方法。

第四章 图像

- 基本要求：
1. 掌握插入图像的方法。
 2. 掌握图像的修饰。
 3. 掌握图像的超链接的做法。

教学内容：插入图像的方法；图像的修饰；图像的超链接的做法。

教学重点：新建、保存网页的基本操作方法。

第五章 表格操作

- 基本要求：
1. 掌握表格的创建。
 2. 理解表格的编辑。
 3. 掌握表格的一些属性。
 4. 掌握灵活利用表格组织网页的方法。

教学内容：表格的创建；表格的编辑；表格的一些属性；灵活利用表格组织网页的方法。

教学重点：灵活利用表格组织网页的方法。

第六章 动态网页

基本要求： 1. 掌握动态 HTML 效果的设置。
2. 掌握活动元素的设置。

教学内容：动态 HTML 效果的设置；活动元素的设置。

教学重点：动态 HTML 效果的设置。

第七章 框架的使用

基本要求： 1. 掌握框架网页的创建。
2. 掌握框架的拆分和删除。
3. 掌握框架的属性。

教学内容：框架网页的创建；框架的拆分和删除；框架的属性。

教学重点：框架网页的创建。

第八章 表单

基本要求： 1. 熟悉表单元素。
2. 掌握表单向导与模板的使用。
3. 熟悉表单的属性。

教学内容：表单元素；表单向导与模板的使用；表单的属性。

教学重点：表单向导与模板的使用。

第九章 创建与管理站点

基本要求： 1. 熟悉站点的创建。
2. 掌握主题的使用与修改。

教学内容：站点的创建；主题的使用与修改。

教学重点：站点的创建。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是电子商务的基本职能与内容、电子商务交易模式、技术基础、安全技术、网络营销、电子支付等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	第一章 初识网页	3		3	6	
2	第二章 认识FrontPage 2000	3		3	6	
3	第三章 网页文本的操作	3		3	6	
4	第四章 图像	3		3	6	
5	第五章 表格操作	3		3	6	
6	第六章 动态网页	2		3	5	
7	第七章 框架的使用	3		3	6	
8	第八章 表单	2		3	5	
	第九章 创建与管理站点	2				
	第十章 个人主页					
	合 计	24		24	48	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

网页设计与制作. 作者：刘强、张阿敏、翁艳彬 出版社：高等教育出版社，出版时间：2017.7

2. 参考书:

网页设计与制作案例教程(HTML+CSS+ Dreamweaver), 作者: 张晓蕾, 出版社: 清华大学出版社, 出版时间:2013 年 4 月

网页编程基础---XHTML、CSS、JavaScript, 作者: 莫小梅、应可珍、隋慧芸, 出版社: 清华大学出版社, 出版时间:2017 年 6 月

《网页设计与制作》课程实训环节教学大纲

课程名称：网页设计与制作

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：24

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该实训课程是电商专业的必修实践课。

（二）目的

通过本课程的学习，使学生能够掌握网页设计制作的基本知识和技巧，同时熟悉网站建设的基本知识，达到能独立构建简单网站或通过协作构建较复杂网站并设计相关网页的水平。

（三）任务

在完成基本知识教学的同时，还要通过实践环节，强化对学生动手能力的培养与训练。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一 初识网页

任务 1. 浏览北京 2008 奥运组委会网站的相关内容并保存相关网页。

任务 2. 浏览搜狐 (www.sohu.com) 网站中的“新闻”和“体育”栏目中的相关网页并保存在 temp 文件夹下；浏览新浪 (www.sina.com.cn) 网站中的“科技”和“娱乐”栏目中的相关网页并保存在 temp 文件夹下。

任务 3. 使用搜索引擎在因特网上搜索网页素材，并保存一些网页素材，以备自己制作网页时使用。

任务 4. Html 语言联系。

项目二 认识 FrontPage 2000

任务 1. 新建保存网页

任务 2. 打开、关闭网页。

任务 3. 在 FrontPage 2000 中新建 6 个普通网页，不做任何改动，分别以“首页”、“班级概况”、“学习角”、“红黑榜”、“心爱球队”、“意见箱”为文件名保存在“02-8 班”文件夹下的“html”文件夹下。

项目三 网页文本的操作

任务 1. 新建、编辑“老班名言”网页

任务 2. 新建“班级民约”网页，内容、格式自定，要求有背景色或背景图

片，并以“班级民约”作为网页标题和文件名存盘于 html1 文件夹下。

任务 3. 新建“班风学风”网页，内容为“班风：严谨、求真、团结、开拓学风；尊师、好学、敬业、守纪”，格式自定，要求有背景色或背景图片，并以“班风民约”作为网页标题和文件名存盘 html1 文件夹下。

任务 4. 新建“班级概况”网页，内容、格式自定，并以“班级概况”作为网页标题和文件名存盘于 html1 文件夹下。

项目四 图像

任务 1. 编辑制作“心爱球队”网页。

任务 2. 编辑“学习角”网页，内容、格式自定，要求有背景色或背景图片，并以“学习角”作为网页标题和文件名存盘于 html 文件夹下。

任务 3. 编辑“红黑榜”网页，内容、格式自定，要求有背景色或背景图片，并以“红黑榜”作为网页标题和文件名存盘 html 文件夹下。

项目五 表格操作

任务 1. 编辑“班委会”网页。

任务 2. 用表格组织首页。

任务 3. 新建一网页文件，最后将网页文件以 Testx.htm 为文件名保存。

1、插入“2 乘 2 表格”，指定表格宽度为 420 像素，并水平居中。

2、合并第一行中的两个单元格。

3、在第二行中依次插入“搜狐.jpg”和“金陵热线.jpg”图片。

任务 4. 利用 Microsoft FrontPage 新建一个网页文件。

绘制一个 1 行 6 列的表格，在第一个单元格中输入“友情链接”四个字，如样张所示，在其他单元格分别依次插入图片“江苏音符、21cn、Sohu、Hrblogo、People”，然后将它们分别链接到 www.jsinfo.net、www.21cn.com、www.sohu.com、www.96963.com、www.people.com.cn。最后将网页文件以 testg.htm 为文件名保存。

任务 5. 利用 FrontPage 2000 打开网页文件“test7.htm”，在其中建立 2 * 5 的表格，表格样式如下。

1. 表格的宽度和高度均为 100（百分比）。

2. 在第二行的 5 个单元格中分别输入“栏目 1”到“栏目 5”。

3. 设置第一行单元格背景色为粉红色。

任务 6. 打开“环境保护高科技.htm”网页文件作如下编辑：

1、设置网页的背景图片为背景 1.jpg

2、在紧接文字后插入动画江苏音符.gif，然后将这个动画链接到 (<http://www.jsinfo.net>)。

任务 7. 利用 Microsoft FrontPage 对“爱国名言.htm”文件作如下编辑：

1、设置网页的背景图片为背景 2.jpg；背景音乐为国际歌.mid；

2、在文章最后一行下面插入图片 Email.gif”，设置图片居中对齐，并将此图片链接到 163@263.net

项目六 动态网页

任务 1 完成下列动态效果制作：

1、给文字“相见 2008 北京”设置动态 HTML 效果，要求单击时，文

字向右下部飞出。

2、制作图片的动态 HTML 效果，图片自定。

3、制作自定义悬停按钮，按钮键面文字为“欢迎”，悬停时动态效果为“发光”，并能发出音乐声。

4、制作横幅广告。要求：广告中不少于 3 种图片的变换，变换方式自定。

5、制作“相聚 2008，北京！”滚动字幕，表现方式为“幻灯片”，其余自定。

6、在网页中插入一个视频文件，当鼠标悬停在视频文件上时播放。

任务 2 对 jshk_ex_fp07.htm 网页编辑并保存

1、利用横幅广告管理器在网页上方设置横幅广告，宽度为 468，高度为 60，显示图片为 1.jpg, 2.jpg, 3.jpg 三幅图片，过渡效果为“分解”，每幅图片显示时间为 3 秒。

2、给标题“人·科技·未来”设置字号为“6（24 磅）”，并使之居中。

3、在网页下面插入图片 jshk_ex_fp07\ts.jpg，并设置为左对齐。

项目七 框架的使用

任务 1. 建立书本 7—18 图所示的框架网页。

任务 2. 建立“我的班级”的框架网页，如 7—21 图所示。

任务 3. 用 Microsoft FrontPage 建立如样张所示的框架结构网页。

在顶框中插入“条背景 1.jpg”，左框中设置初始网页为 left3.htm”；

中间框中设置初始网页为 main3.htm”；

下框中设置初始网页为 bottom3.htm”。

最后将框架网页以 teste.htm 为文件名保存。

项目八 表单

任务 1 建立图 8—32 所示的表单网页。

制作一个个人资料表单。

制作如图 8—35 所示的下拉列表菜单。

网页最后以 Testx.htm 为文件名保存。

按样张

① 首先创建一个 2×1 表格，并在表格的第一行插入标题动画（look.gif、liuyan.gif 等）。

② 将表格的第二行拆分为 3 列，分别定义两侧单元格的背景色为浅紫色。

③加入“姓名”和“单行文本框”，“年龄”和“单行文本框”。

④加入“性别：”单选按钮，可选项为男、女。

⑤加入“爱好：”复选框，可选项为音乐、美术、计算机、足球、旅游。

⑥加入“职业：”下拉菜单，选项为学生、教师、工程师、会计

⑦输入“您对本网页的建议：”后，按回车键。

⑧ 插入滚动文本框，调整文本框的大小，使其大小合适。

项目九 创建与管理站点

申请免费的个人主页空间。

项目十 个人主页

1. 制作个人主页在局域网内浏览。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是电子商务的基本流程、电子商务交易模式、电子商务基本技术、安全技术、网络营销、电子支付等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的实践基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时	实习/实训场所
1	实验一 初识网页	网页的基本元素；网页设计原则	2	电子商务实训室
2	实验二 认识 FrontPage 2000	新建、保存网页的基本操作方法；预览、打开、关闭网页的方法	2	电子商务实训室
3	实验三 网页文本的操作	文本的一些基本操作	2	电子商务实训室
4	实验四 图像	图像的超链接的做法	3	电子商务实训室
5	实验五 表格操作	表格的创建；表格的编辑	2	电子商务实训室
6	实验六 动态网页	动态 HTML 效果的设置	2	电子商务实训室
7	实验七 框架的使用	框架网页的创建	2	电子商务实训室

8	实验八 表单	表单向导与模板的使用	2	电子商务实训室
	实验九 创建与管理站点	站点的创建	2	电子商务实训室
	实验十 个人主页	申请免费的个人主页空间	2	电子商务实训室
	实验十一 ACDSee 的使用	制作个人主页在局域网内浏览	3	电子商务实训室
	合 计		24	

五、课程考核与评价

考试方法主要为笔试、操作。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

实训项目成绩的构成为：（1）实训课出勤率为 30%

（2）操作 70%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

《Dreamweaver 8/Flash 8/Fireworks 8 网页设计三剑客》，作者：张鑫，出版社：中国青年出版社，出版时间：2016 年 08 月

2. 参考书：

《Dreamweaver Photoshop Flash Fireworks JavaScript 网页制作实例大讲堂》，作者：孙宇，出版社：人民邮电出版社，出版时间：2012 年 07 月

《电子商务运营管理》课程教学大纲

课程名称：电子商务实务

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

本课程的目的的是通过对当前研究成果、战略和实践的介绍，帮助学生理解电子商务运营和再造电子商务运营决策的全部内容，影响电子商务运营成功的关键因素和解决方案，以及有关电子商务运营管理的重要知识。

（三）任务

学生了解经营一个电子商务企业的内容——概念、理念、过程、方法和实践。

二、教学的基本内容和要求

（一）绪论

1. 电子商务条件下的企业变革（了解）
2. 电子商务企业应重视的两点问题（掌握）
3. 重要的术语（掌握）
4. 电子商务运营管理关键成功因素（理解）

（二）电子商务与供应链管理

1. 什么是供应链管理（掌握）
2. 供应链管理重要性（理解）
3. 供应链波动的原因及解决办法（理解）
4. 供应链管理在电子商务中的应用（掌握）

（三）电子商务和产品与流程设计管理

1. 重要的定义（掌握）

2. 什么是产品设计（理解）
 3. 流程管理的基本内容（理解）
 4. 产品和流程设计重要性（掌握）
 5. 线性规划问题的应用（掌握）
- （四）电子商务与采购管理
1. 采购管理的基本内容（掌握）
 2. 采购系统的功能介绍（掌握）
 3. 电子商务采购模式（掌握）
 4. 我国企业与全球采购系统（了解）
- （五）电子商务与预测和调度管理
1. 预测的定义和作用（理解）
 2. 定性预测方法（掌握）
 3. 定量预测方法（掌握）
 4. 预测监控（理解）
 5. 预测调度管理（掌握）
 6. 电子商务与预测和调度管理的结合（理解）
- （六）电子商务与库存管理
1. 库存管理基本内容（掌握）
 2. 电子商务与库存管理的结合（理解）
- （七）电子商务与质量管理
1. 质量管理基本内容（理解）
 2. 质量管理方法分析（理解）
 3. 质量管理与电子商务技术的整合（案例分析）（理解）
- （八）电子商务与人力资源管理
1. 人力资源管理基本内容（理解）
 2. 团队精神（理解）
 3. 电子商务运营中的人力资源管理（理解）
- （九）电子商务与再造和咨询管理
1. 再造管理（理解）

2. 咨询管理（理解）
3. 电子商务与再造和咨询管理的整合（理解）

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是让学生学习后能够从整体上掌握电子商务运营的整体流程和方法技巧，培养起以互联网思维方式开展电子商务活动的的能力

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	绪论	3			3	
2	电子商务与供应链管理	4			4	
3	电子商务和产品与流程 设计管理	4		4	8	
4	电子商务与采购管理	4		4	8	
5	电子商务与预测和调度 管理	4		4	8	
6	电子商务与库存管理	4		4	8	
7	电子商务与质量管理	3			3	
8	电子商务与人力资源管 理	3			3	
9	电子商务与再造和咨询 管理	3			3	
	合 计	32		16	48	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（30%）和期末考查成绩（70%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材:

教材:《电子商务运营管理》马克·J.施耐德詹斯(Marc J. Schniederjans)编著(王强译),中国人民大学出版社

参考书:《电子商务教程与案例:互联网商务模式与战略(第2版)》(美)Allan Afuah; Christopher L. Tucci 编著(李明志译),清华大学出版社

《电子商务运营管理》课程实训环节教学大纲

课程名称：电子商务运营管理

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：24

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该实训课程是电商专业的必修实践课。

（二）目的

通过本门课程的学生,可以熟练操作店铺的后台,并可以熟练使用各种营销推广的工具,并可通过店内外的搜索优化获得良好的店铺排名,从而加大商品的曝光转化,获得最好的销量及利润。

（三）任务

本门课程主要培养学生学习淘宝规则及店铺运营操作,通过基本的店铺操作,深化了解淘宝的店铺运营的规则及特点,强化练习店铺运营推广模块,通过 SEO 推广模块的学习,提高店铺的运营能力,迅速改变店铺的排名及状态,让学生体会到课程产生的效果,找到兴趣点,发现学习的乐趣,最终使学生热爱学习,喜欢实践。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

第一部分【电商平台战略】：

1. 天猫规则物流, 客服, 2 店铺营销工具, 3 标题图片优化 4 会员关系管理。

第二部分【数据分析运营】：5 站内站外推广, 6SEO 推广, 7 手机营销, 8, 数据化运营, 9 量子恒道 10 数据魔方。

第三部分【电商营销规划】：11 淘宝客引流, 12, 直通车, 13 钻石展位, 14 天天特价, 15 淘金币, 16 物流快递。

第四部分【京东运营解密】:17 打造爆款. 18 试用中心 19 互联网思维下的电子商务, 20 京东运营规则, 21 京东运营推广

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是电子商务的基本流程、电子商务交易模式、电子商务基本技术、安全技术、网络营销、电子支付等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位, 培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力, 为学生进一步学习专业课程奠定良好的实践基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时	实习/实训场所
1	电商平台战略	标题图片优化 会员关系管理	4	电子商务 实训室
2	数据分析运营	站内站外推广 手机营销	4	电子商务 实训室
3	电商营销规划	淘宝客引流, 钻石展位等	4	电子商务 实训室
4	京东运营解密	京东运营推广。	4	电子商务 实训室
	合计		16	

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

实训项目成绩的构成为: (1) 实训课出勤率为 20%
(2) 口头展示与基本理论运用 20%
(3) 实践技能 30%

(4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材:

电子商务运营管理, 作者: 张建勇、李军, 出版社: 清华大学出版社, 出版时间: 2016 年 08 月

2. 参考书:

电子商务运营管理, 作者: 邓顺国, 出版社: 科学出版社, 出版时间: 2018 年 02 月

《网上店铺装修》课程教学大纲

课程名称：网上店铺装修

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：64

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

本课程的目的是让网上新手卖家快速掌握网上店铺装修基本技能、了解如何在完成网上商品的发布、网上页面的设置以及网上商品的分类等，使其能够在网上后台中完成网上店铺的基本装修。

（三）任务

通过对案例分析引导，启发学生思维，讲解知识要点，促进学生的积极思考，最终达到如下的职业能力目标：

目标：

- （1）让学生对目前的电子商务大背景有深刻的了解，坚定学生对电商未来的坚定信念。
- （2）让学生对网上与天猫有基础的了解。
- （3）让学生能够有逻辑性地分析店铺并对装修配色进行定位。
- （4）让学生能够对网上店铺装修进行基本的管理。
- （5）让学生对网上店铺结构管理有着基本的认识。
- （6）让学生基本掌握网上店铺挂件布局。

二、教学的基本内容和要求

第 1 章. 网上开店基础

1. 开店基础简介
2. 注册拥有网上店铺

3. 开店卖什么好？从哪里进货
4. 自己有实体店，如何开网上店
5. 卖家中心首页常用入口及使用
6. 我是卖家-交易管理-订单管理
7. 我是卖家-物流管理 1 运费模板设置技巧
8. 我是卖家-物流管理 2 电子面单平台使用技巧
9. 我是卖家-宝贝管理 1 发布宝贝流程详解
10. 我是卖家-宝贝管理 2 出售中的宝贝管理体检中心
11. 我是卖家-店铺管理
12. 我是卖家-营销中心、活动报名入口
13. 我是卖家-货源中心、淘工厂

第 2 章. 第三方平台使用

1. 什么是千牛？如何下载安装
2. 千牛工作台模式
3. 千牛旺旺模式
4. 千牛客服工作台模式
5. 无线端千牛详解、发布宝贝
6. 什么是网上助理？如何下载安装
7. 网上助理之宝贝管理
8. 网上助理之交易管理

第 3 章. 网上基本规则

1. 店内视频添加方法
2. 宝贝主图优化技巧
3. 宝贝标题优化技巧
4. PC 端宝贝详情描述技巧
5. 无线手机端宝贝详情描述技巧
6. 宝贝上下架优化技巧
7. 橱窗新规及推荐优化技巧
8. 发布了商品为什么店铺内不显示
9. 卖出第一单 如何快速发货
10. 网上会员既是买家也是卖家 必知规则
11. 开店过程中遇到问题如何快速解决
12. 创建了店铺没发布商品店铺会不会被关
13. 熟悉网上规则避免违规处罚
14. 各种骗术早知道 避免被骗
15. 如何批量下载宝贝描述图 如何复制宝贝
16. 如何下载带放大镜功能主图

第 4 章. 网上店铺装修-初级部分

1. 旺铺系统简介及装修后台布局简介
2. 商品分类管理、宝贝分类管理
3. 旺铺内置各种免费模块设置方法
4. 店铺页头（店招导航）页尾设置
5. 店铺页首装修
6. 宝贝详情页模板装修
7. 宝贝分类页模板装修
8. 自定义页面装修
9. 搜索页、营销、活动页面设置
10. 分享、喜欢、收藏等的实现

第 5 章. 网上店铺装修-中级部分

1. 页头页面背景设置、宽屏店招背景实现
 2. 快捷制作精美店招方法
 3. 首页全屏促销图的处理方案
 4. 同步旺旺上下线代码自定义客服模块设置
- 店标、宝贝分类图片设计制作方法

第 6 章. 网上店铺装修-高级部分

1. 固定背景实现方法
2. 导航模块颜色个性化设置方法
3. 宽屏促销效果实现
4. 宽屏轮播效果实现（16 种）
5. 带缩略图（大图内）轮播效果
6. 带文字链接轮播效果
7. 950 轮播 9 个宝贝缩略图销量效果
8. 950 宽屏左右两栏轮播 5 宝贝
9. 带促销信息 950 缩略图轮播
10. 大图 9 小类 950 轮播
11. 店招中加搜索和滚动公告代码
12. 950 手风琴轮播 5 宝贝
13. 鼠标滑过正反效果
14. 3D 电视墙效果
15. 无缝隙代码

第 7 章. 网上网店推广-初级部分

1. 店铺推广的本质
2. 关于浏览量，什么是浏览量？浏览量来源
3. 推广方法有哪些？各种浏览量入口
4. 搜索引擎推广
5. 软文推广

6. 垂直网站推广
7. 视频推广
8. 网上搜索优化

第 8 章. 网上网店推广-中级部分

1. 如何打造爆款
2. 店铺诊断
3. 店内商品定价策略
4. 店内活动策划与执行
5. 淡季促销实战
6. 店外引流活动策划

第 9 章. 网上网店推广-高级部分

1. 如何打造一个赚钱的网店
2. 店铺销量和评价打造技巧和注意事项
3. 杀手级宝贝详情优化文案编写技巧
4. 营销及店铺装修实战

店铺直通车推广入门与实战

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是能够有逻辑性地分析店铺并对装修配色进行定位,对网上店铺装修进行基本的管理,对网上店铺结构管理有着基本的认识。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位,培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力,为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	网上开店基础	4			6	
2	第三方平台使用	4		3	6	
3	网上店铺的基本规则	4		3	6	
4	网上店铺装修-初级部分	6		3	6	

5	网上店铺装修-中级部分	6		3	6	
6	网上店铺装修-高级部分	6		3	5	
7	网上网店推广-初级部分	6		3	6	
8	网上网店推广-中级部分	6		3	5	
	网上网店推广-高级部分	6				
	合 计	48		16	64	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

网店开门红——网上店铺设计与装修宝典，鲍嘉、卢坚主编，人民邮电出版社，2009年5月

2. 参考书：

电子商务概论（第2版），作者：全新顺、王初建、于博，出版社：清华大学出版社，出版时间：2017年11月

电子商务（英文精编版·第10版），作者：(美)施内德，出版社：机械工业出版社，出版时间：2013年08月

电子商务实务，作者：王新春、王丽、孟丛、刘晓玲、吴琼，出版社：清华大学出版社，出版时间：2016年05月

《网上店铺装修》课程实训环节教学大纲

课程名称：网上店铺装修

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：16

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该实训课程是电商专业的必修实践课。

（二）目的

店铺装修与推广是让学生掌握网络开店的基本流程；掌握网络店铺的装修方法；掌握商品拍摄技巧与图片处理方法；了解管理网络店铺的程序，掌握网络促销的方法；掌握网络服务应具备的素质与能力，提供良好的客户服务；掌握网络店铺推广的各种方法；提高学生的动手能力和综合思考问题的能力。

（三）任务

训练学生的实践技能，了解店铺装修实践中出现的基本问题，学会解决问题的基本方法，引导学生分析和解决店铺装修实践中的常见问题。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一：淘宝开店基础

1. 学会自己开一家网店
2. 注册并拥有一家淘宝店铺

项目二：第三方平台使用

1. 使用淘宝助理进行宝贝管理
2. 学会使用第三方平台进行交易管理

项目三：淘宝的基本规则

1. 学会店内组件添加方法
2. 学会宝贝样式优化技巧
3. 了解淘宝会员必知规则

4. 熟悉淘宝规则
5. 了解如何发货流程

项目四：淘宝店铺装修-初级部分

1. 旺铺系统简介及装修后台布局简介
2. 商品分类管理、宝贝分类管理
3. 旺铺内置各种免费模块设置方法
4. 店铺页头（店招导航）页尾设置及装修
5. 宝贝详情页、分类页和自定义页面模板装修
6. 分享、喜欢、收藏等的实现

项目五：淘宝店铺装修-中级部分

1. 页头页面背景设置、宽屏店招背景实现
2. 快捷制作精美店招方法
3. 首页全屏促销图的处理方案
4. 同步旺旺上下线代码自定义客服模块设置

项目六：淘宝店铺装修-高级部分

1. 固定背景实现方法
2. 导航模块颜色个性化设置方法
3. 宽屏促销效果实现
4. 宽屏轮播效果实现（16种）
5. 带缩略图（大图内）轮播效果
6. 各种宽屏特效实现方法
7. 无缝隙代码

项目七：淘宝店铺推广-初级部分

1. 店铺推广的本质
2. 浏览量、搜索引擎、软文推广
3. 垂直网站、视频推广
4. 淘宝搜索优化

项目八：淘宝店铺推广-中级部分

1. 如何打造爆款
2. 店铺诊断
3. 店内商品定价策略
4. 店内活动策划与执行
5. 淡季促销实战
6. 店外引流活动策划

7. 手机店铺推广技巧

项目九：淘宝店铺推广-高级部分

1. 如何打造一个赚钱的网店
2. 店铺销量和评价技巧
3. 宝贝详情优化文案编写技巧
4. 营销及店铺装修实战
5. 店铺直通车推广入门与实战

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点让学生能够有逻辑性地分析店铺并对装修配色进行定位，让学生能够对淘宝店铺装修进行基本的管理。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的实践基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时	实习/实训场所
1	网上开店基础	注册并拥有一家淘宝店铺	1	电子商务实训室
2	第三方平台使用	使用第三方平台进行交易管理	2	电子商务实训室
3	网上店铺的基本规则	学会宝贝样式优化技巧	2	电子商务实训室
4	网上店铺装修-初级部分	商品分类管理、宝贝分类管理	2	电子商务实训室
5	网上店铺装修-中级部分	页头页面背景设置、宽屏店招背景实现	2	电子商务实训室

6	网上店铺装修-高级部分	各种宽屏特效实现方法	2	电子商务实训室
7	网上网店推广-初级部分	浏览量、搜索引擎、软文推广	2	电子商务实训室
8	网上网店推广-中级部分	打造爆款	2	电子商务实训室
9	网上网店推广-高级部分	打造一个赚钱的网店	1	电子商务实训室
	合计		16	

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

- 实训项目成绩的构成为：
- (1) 实训课出勤率为 20%
 - (2) 口头展示与基本理论运用 20%
 - (3) 实践技能 30%
 - (4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

网店开门红——网上店铺设计与装修宝典，鲍嘉、卢坚主编，人民邮电出版社，2009 年 5 月

2. 参考书：

(1) 电子商务实训教程，作者：李瑶，出版社：安徽科学技术出版社，出版时间：2016 年 08 月

(2) 电子商务实训教程(第二版 CD)，作者：陈萍，出版社：科学出版社，出版时间：2012 年 07 月

《网络广告策划》课程教学大纲

课程名称：网络广告策划

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：64

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

网络广告策划是电子商务专业的专业核心课程，本课程有极强的理论性与实践性，具有广阔的多学科知识背景，是一门具有高度的前沿性、学科交叉性的课程。通过本课程的学习和训练，使学生了解网络广告策划的基本概念，对网络广告策划在整个网络广告运动中的特殊位置、基本原理、主要方法、具体规范、操作范畴、表现类型等基本问题有一个清晰的把握，为将来进入实际作业打下专业基础。

（三）任务

通过本课程的学习，要求学生掌握网络广告策划的理论知识，初步具有独立的网络广告策划的实际操作能力。

二、教学的基本内容和要求

第一章 网络广告策划概述

【目的要求】

1. 掌握网络广告策划概念、特点与作用
2. 熟悉网络广告策划的原则
3. 了解网络广告策划的内容，方法和一般程序

【重点、难点】

1. 教学重点：网络广告策划基本原则
2. 教学难点：网络广告策划的主要内容，网络广告策划的一般程序

第二章 网络广告调查与网络广告策划

【目的要求】

1. 掌握网络广告调查的内容和方法，特别是 SPSS 统计软件的运用
2. 熟悉调查问卷的设计、试调，问卷发放和问卷回收后的调查报告撰写
3. 了解网络广告调查在网络广告策划中的基础性作用

【重点、难点】

1. 教学重点：网络广告调查的内容与方法
2. 教学难点：网络广告调查表的设计和调查报告的撰写

第三章 网络广告环境与网络广告策划

【目的要求】

1. 掌握宏观网络广告环境对网络广告策划的作用
2. 熟悉网络广告环境对于网络广告策划的意义
3. 了解关注宏观环境的敏锐性

【重点、难点】

1. 教学重点：关于网络广告环境的宏观与微观分类
2. 教学难点：宏观网络广告环境对网络广告策划的具体影响

第四章 产品研究

【目的要求】

1. 掌握产品的生命周期以及在不同生命周期应该采用的网络广告方式
2. 熟悉产品定位的具体方法
3. 了解网络广告产品的结构层次和相互直接的关系

【重点、难点】

1. 教学重点：产品生命周期与网络广告
2. 教学难点：产品定位策略

第五章 市场与消费者研究

【目的要求】

1. 掌握如何进行市场细分以及对市场采取 SWOT 分析等
2. 熟悉消费者研究的有关理论
3. 了解市场和消费者在网络广告策划中的作用

【重点、难点】

1. 教学重点：市场的分类，市场细分的原理及操作方法
2. 教学难点：VALS 理论和 SWOT 分析方法的具体运用

第六章 网络广告战略、策略与网络广告策划

【目的要求】

1. 掌握网络广告战略和策略在网络广告策划中的具体地位和作用
2. 熟悉网络广告主题设计和网络广告表现的具体内容
3. 了解网络广告战略和策略直接的关系

【重点、难点】

1. 教学重点：网络广告战略策划的概念，网络广告战略目标的制定，网络广告战略设计的方法
2. 教学难点：网络广告战略和策略之间关系

第七章 网络广告媒体与网络广告策划

【目的要求】

1. 掌握进行网络广告媒体组合的技巧
2. 熟悉进行网络广告媒体选择的重要性
3. 了解不同网络广告媒体的性质和网络广告媒体相关特点

【重点、难点】

1. 教学重点：网络广告媒体渠道的特性比较
2. 教学难点：网络广告媒体选择和网络广告媒体组合

第八章 网络广告预算与网络广告策划

【目的要求】

1. 掌握具体的网络广告预算方式方法

2. 熟悉进行网络广告媒体选择的重要性
3. 了解网络广告预算在网络广告策划中的作用

【重点、难点】

1. 教学重点：网络广告预算策划的作用
2. 教学难点：网络广告预算策划的步骤与方法

第九章 网络广告策划书与提案说明

【目的要求】

1. 掌握基本策划书的撰写和提案
2. 熟悉完整网络广告策划书和分项网络广告策划书撰写的基本技巧

【重点、难点】

1. 教学重点：网络广告策划书在网络广告策划活动中的意义及特点，网络广告策划书的基本组成
2. 教学难点：网络广告策划书的写作技巧与注意事项，一个有效的提案说明的注意事项

三、本课程的教学重点

网络广告策划的特点、作用、原则、内容以及网络网络广告策划的基本程序，网络网络广告市场调查的方法和技巧，产品的定位和策略，市场的分析，网络网络广告战略的多角度设计，网络网络广告媒体渠道的选择与策划，网络网络广告的表现与实施。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	网络广告策划概述	2			2	
2	网络广告调查与网络广告策划	6			6	

3	网络广告环境与网络广告策划	6			6	
4	产品研究	6			6	
5	市场与消费者研究	6		8	14	
6	网络广告战略、策略与网络广告策划	6		8	14	
7	网络广告媒体与网络广告策划	6			6	
8	网络广告预算与网络广告策划	6			6	
9	网络广告策划书与提案说明	2			2	
10	复习	2			2	
	合 计	48		16	64	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

《广告策划》 主编：彭涌、腾堃玥、龚雯莉 中国青年出版社 出版时间：2017年11月

2. 参考书：

- (1) 王岩、曹丽、赵婷、王静、关向伟编著：《广告设计》，辽宁美术出版
- (2) 汤晓山 周景秋：《广告创意教程》，广西美术社出版

《网络广告策划》课程实训环节教学大纲

课程名称：网络广告策划

适用专业：电子商务、物流管理等专业

学时：24

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该实训课程是电商专业的必修实践课

（二）目的

通过本课程的学习让学生在掌握一定的设计理论的基础上,有一定的动手实践能力,从而将设计思想、创意思想表现到具体的网络广告设计制作中去。

（三）任务

训练学生的实践技能,了解网络广告设计和策划中出现的基本问题,学会解决问题的基本方法,引导学生分析和解决网络广告设计和策划中的常见问题。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一

1、内容 市场调查与分析

2、目的要求

根据实际市场情况,合理使用已学表现方法及市场问卷手段,通过对不同企业问卷调查,客观掌握合理数据再针对不同消费群体进行问卷设计;通过对目标市场、目标人群的观察与询问,掌握一手资料,并整理成构思草图,为下一步设计方案的成奠定基础。

3、实训步骤

学生自行组成 3-4 人小组,首先进行实地考察,并将信息汇总,通过分析总结,找到不同点与共同点,对目标市场进行重新设计定位,并绘出创意草稿再定稿。

项目二

1、内容 参加市场真实案例设计。

2、目的要求

通过网络广告设计案例实践，激发学生的创造性思维，使学生理解网络广告策划的内涵，掌握广告创意的表现手法。

3、实训步骤

组织学生分组进行构思与创意，并绘制 5-8 套设计方案。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是电子商务的基本流程、电子商务交易模式、电子商务基本技术、安全技术、网络营销、电子支付等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的实践基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时	实习/实训场所
1	市场调查与分析	市场调查与分析	8	电子商务实训室
2	参加市场真实案例设计	网络广告设计案例实践	8	电子商务实训室
	合计		16	

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

- 实训项目成绩的构成为：
- (1) 实训课出勤率为 20%
 - (2) 口头展示与基本理论运用 20%
 - (3) 实践技能 30%
 - (4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材:

胡晓芸主编. 广告文案写作. 北京: 高等教育出版社, 2016 年 7 月.

2. 参考书:

王岩、曹丽、赵婷、王静、关向伟编著: 《广告设计》, 辽宁美术出版, 出版时间:2012 年 07 月

《跨境电商英语》课程教学大纲

课程名称：跨境电商英语

适用专业：电子商务、物流管理

总学时：48学时

一、本课程性质、目的和任务：

（一）性质：《跨境电商英语》是物流管理专业的一门职业技术课程。本课程的教学任务是把跨境电商业务的基本环节和跨境电商英语紧密结合起来，通过以英语为基本工具的对跨境电商业务知识的综合训练，使学生能掌握跨境电商英语听说的基本技能，提高学生在对活动中综合运用跨境电商业务知识和英语的能力，能够胜任跨境电商业务的工作。毫无疑问，掌握跨境电子商务英语对电子商务技术的更新和商务模式的发展有大的促进作用。

（二）目的：通过本课程的学习，要求学生能够掌握跨境电商工作中常用的专业术语和相关表达，包括每一专业术语的确切含义与基本用法；掌握与商务活动有关的社交用语；熟悉跨境电商工作的基本环节和主要用语；为学生毕业后从事相关工作打下坚实的基础。。

（三）任务：培养学生熟悉跨境电商工作常用专业术语和相关表达、掌握与跨境电商活动有关的社交用语、熟悉跨境电商工作的基本环节和主要用语的基本技能。培养学生的跨境电商英语口语表达能力和商务沟通能力，以及综合运用跨境电商业务知识和英语的能力，使学生能够综合运用所学知识从事跨境电商运营。为今后进一步学习相关课程提供必要的知识准备。

二、教学内容和要求

本课程具体包括跨境电商概述、主流跨境电商平台介绍、跨境电商售前工作、跨境电商运营实践和跨境电商售后服务等五个模块。

模块一 跨境电商概述

教学要求：

要求学生能阅读跨境电子商务的英文文章，了解跨境电子商务的前世今生、基本状况，带来的好处优势以及对社会各方面的影响。

教学内容:

Chaper One One Cross-border E-commerce (I)

Text A Cross-border E-commerce (I)

Text B Trending in China: Cross-border E-commerce

Chapter Two Cross-border E-commerce (II)

Text A Cross-border E-commerce (II)

Text B The Advantages of E-commerce

模块二 主流跨境电商平台

教学要求:

通过对本章的学习, 要求学生了解主流跨境电子商务平台, 特别是速卖通、敦化网和亚马逊等平台的平台状况、客户人群、运营规则、商业模式和商业实践。

教学内容:

Chapter Three AiiExpress Platform

Text A AliExpress

Text B How to Make A Refund Request on AliExpress

Chapter Four DHgate Platform

Text A DHgate

Text B The Business Model of DHgate

Chapter Five Amazon Platform

Text A Amazon

Text B Using Amazon to Grow Your E-commerce Business

模块三 跨境电商售前准备工作

教学要求:

通过对本章的学习, 要求学生了解跨境电商网店前期的准备工作, 包括选品策略、定价策略、产品名称和详情页制作、上架技巧、营销工具和营销技巧、社交推广和移动端营销等。

教学内容:

Chapter Six Product Selecting

Text A Product Selecting

Text B Product Selecting Tips for New Sellers on DHgate

Chapter Seven Product Pricing

Text A Product Pricing (DHgate)

Text B Pricing Policy

Chapter Eight Product Listing

Text A Product Listing

Text B How to Make Titles and Descriptions

Chapter Nine Platform-inside Marketing

Text A AliExpress Marketing Tools

Text B Three Product Marketing Ways

Chapter Ten SNS Marketing

Text A Facebook Marketing

Text B Social Networking Service Marketing

Chapter Eleven Mobile Marketing

Text A Wish: Mobile Marketing

Text B Mobile SEM: Vital for Mobile Marketing and Your Online Success

模块四 跨境电商运营实践

教学要求:

通过对本章的学习, 要求学生了解跨境电商网店的运营策略和技巧, 产品包装、订单执行和交付等内容。

教学内容:

Chapter Twelve Cross-border E-commerce Logistics

Text A Cross-border E-commerce Logistics

Text B EMS China

Chapter Thirteen Order Processing and Delivering

Text A Product Packaging & Delivering on AliExpress

Text B Order Processing.

模块五 跨境电商售后服务

教学要求:

通过对本章的学习，要求学生了解跨境电商售后的投诉、退货处理、赔偿索赔实务、售后服务以及客户关系管理等内容。

教学内容：

Chapter Fourteen Disputes and Complaints

Text A Dispute Rules on AliExpress (Extracted)

Text B Settling Complaints

Chapter Fifteen Customer Service of Cross-border E-commerce

Text A Customer Service

Text B Customer Relationship Management

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是主流跨境电子商务平台，特别是速卖通、敦煌网和亚马逊等平台的运营规则，跨境电商网店的选品策略、定价策略、产品名称和详情页制作、上架技巧、营销工具和营销技巧、社交推广和移动端营销等工作。

四、课程学时分配

章节	内容	理论讲课学时	习题课学时	实习/实训课学时	小计	备注
第一章	One Cross-border E-commerce (I)	3			3	
第二章	Cross-border E-commerce (II)	3			3	
第三章	AiiExpress Platform	3			3	
第四章	DHgate Platform	3			3	
第五章	Amazon Platform	3			3	
第六章	Product Selecting	3			3	
第七章	Product Pricing	3			3	
第八章	Product Listing	3			3	
第九章	Platform-inside Marketing	3			3	
第十章	SNS Marketing	3			3	
第十一章	Mobile Marketing	3			3	

第十二章	Cross-border E-commerce Logistics	4			4	
第十三章	Order Processing and Delivering	3			3	
第十四章	Disputes and Complaints	3			3	
第十五章	ustomer Service of Cross-border E-commerce	3			3	
	复习	2				
	合计	48		8	32	

五、课程的考核与评价

1. 期末考试：开卷考试，占总成绩70%；
2. 考勤及课堂讨论表现占10%
3. 作业及实践项目成绩占20%。

六、使用教材及参考书

1、教材：

《跨境电商专业英语》，王群主编，立信会计出版社，2016年印刷。

2、参考书：

- (1) 《电子商务英语教程》，中国轻工业出版社，李莹莹 2016
- (2) 《跨境电商英语教程》，中国商务出版社，中国国际贸易学会商务专业培训办公室编 2016

《跨境电商英语》课程实训环节教学大纲

课程名称：跨境电商英语

适用专业： 电子商务、物流管理

总学时： 8

一、本课程的性质、目的和任务

通过该课程的学习，学生能把跨境电商业务的基本环节和跨境电商英语口语紧密结合起来，通过以英语为基本工具的对外经贸业务知识的综合训练，使学生能掌握跨境电商英语听说的基本技能，提高学生在对外经贸活动中综合运用跨境电商业务知识和英语口语的能力，能够胜任接待外商、进行跨境电商业务谈判的一般英语会话及翻译工作。对职业能力的培养和职业素养的养成具有重要的促进作用。

二、本实训课程的基本内容和要求

1、询盘与发盘

通过实训，学生根据教师设计的情景，编写关于询盘与发盘讨论的会话并表演出来，以加深对国际贸易中询盘与发盘的理解。

2、还盘

通过实训，学生根据教师设计的情景，编写关于还盘讨论的会话并表演出来，以加深对国际贸易中还盘的理解。

3、接受与订货

通过实训，学生根据教师设计的情景，编写关于接受与订货讨论的会话并表演出来，以加深对国际贸易中接受的理解。

4、付款与交货

通过实训，学生根据教师设计的情景，编写关于支付条款讨论的会话并表演出来，以加深对国际贸易中常用支付方式的理解。

三、本实训课程的教学重点

本课程的教学重点是培养学生自学能力、团队协作能力以及跨境电商口语的语言表达能力。

四、本实训课程学时分配

项目编号	实训项目名称	实训内容介绍	实训课学时数	理论讲课学时	实训场所
一	询盘与发盘	编写关于询盘与发盘讨论的会话并表演	1	0	课堂
二	还盘	编写关于还盘讨论的会话并表演	2	0	课堂
三	接受与订货	编写关于接受与订货讨论的会话并表演	2	0	课堂
四	付款与交货	编写会话并表演	2	0	课堂
合计			8		

五、课程考核与评价

说明：实训的成绩按优秀、良好、中等、及格和不及格五级评定。以学生在实习中各个环节的实际能力为依据，给予全面的考核，进行综合评价。

学生总评成绩=出勤和日常表现(10%)+实践情况(20%)+期末考试成绩(70%)。

六、推荐教材及实验实训指导书、参考书：

- 1、教材：《跨境电商英语口语实训教程》，武汉大学出版社，常珊 2016

《商品辨识与管理》课程教学大纲

课程名称：商品辨识与管理

适用专业：电子商务、物流管理

总学时： 32

一、本课程的性质、目的和任务

(一) 课程性质：该课程属于选修课。

1、《商品辨识与管理》是物流管理专业一门选修课

2、商品辨识与管理是一门自然科学和社会科学互相渗透，相互交叉的服务于商品流通领域的应用科学。现代商品辨识与管理以商品体为基础，围绕商品——人——环境系统，从技术、经济、环境、资源、市场和消费需求等多方面系统地、综合地和动态地研究商品使用价值以及商品质量和品种，为商品开发决策、商品质量提高、商品品种发展、商品质量评价、商品质量保证、商品质量管理与监督、环境与资源保护、资源开发与利用、商品经营管理等提供科学依据。

(二) 目的：通过本门课程的学习，使学生基本掌握商品辨识与管理的基本理论、基本知识和基本技能，尤其是小商品的有关知识和技能。

(三) 任务：通过本课程的教学，使学生能够从多方面系统地、综合地和动态地研究商品使用价值以及商品质量和品种，为商品开发决策、商品质量提高、商品品种发展、环境与资源保护等提供科学依据。

二、本课程教学的基本内容和要求

第一章 商品辨识与管理总论

本章要求学生了解和掌握商品辨识与管理的研究范畴，充分认识商品的本质属性，全面了解商品辨识与管理的发展概况，系统分析商品辨识与管理在国民经济中的地位与作用。

第一节 商品的本质与属性

一、商品的概念

二、商品的本质

三、商品的属性

第二节 商品辨识与管理的研究对象与内容

一、商品辨识与管理的研究对象

二、商品辨识与管理的研究内容

三、商品辨识与管理的研究任务

第三节 商品辨识与管理的学科发展概况

第四节 商品辨识与管理的地位与作用

一、商品辨识与管理对商品质量形成的作用

二、商品辨识与管理对商品交换过程的作用

第二章 商品质量与商品标准化

本章要求学生掌握商品质量是商品辨识与管理研究的中心内容，商品标准是商品生产、质量评价、监督检验、贸易洽谈的依据和准则，商品标准化是沟通国际经济技术合作的纽带，是促进国际贸易发展的前提。

第一节 商品质量及现代质量理念

一、商品质量的概念

二、商品质量的构成

三、现代质量理念

四、提高和保证商品质量的意义

第二节 商品质量属性及影响商品质量的因素

一、商品质量的属性

二、影响商品质量的因素

三、商品质量的要求

第三节 商品质量的评价过程

一、商品质量评价概念与原则

二、商品质量的主客观评价

三、商品质量评价方法

第四节 商品质量管理及质量认证

一、质量管理与商品质量管理

二、商品质量管理的内容

三、质量认证

第五节 商品标准与商品标准化

一、商品标准及种类

二、商品标准的分级

三、质量体系标准

四、标准化

第三章 商品品种与商品分类

本章要求学生掌握和了解商品品种的概念及商品分类的意义、标准与方法，使学生能够正确把握各类商品品种的特征及品种之间的相互关系。

第一节 商品品种的概念与品种划分标准

一、商品品种概述

二、商品品种划分标准

第二节 商品分类的意义与方法

一、商品分类及其意义

二、商品分类原则与要求

三、商品分类方法与标志

第三节 商品的编码制度

一、商品编码的原则

二、商品编码的种类与方法

第四节 商品分类体系与商品目录的形成

一、建立商品分类体系的基本原则

二、商品目录

三、商品分类的几种重要体系

第四章 商品检验与监督

本章要求学生掌握和了解评价商品使用价值，对商品使用价值进行检验、鉴定和

综合评定的原则、方法及其相关内容是本学科的重要内容。

第一节 商品检验概述

- 一、商品检验的意义
- 二、商品检验的步骤
- 三、商品检验的特点
- 四、商品检验的类别

第二节 商品检验的方法

- 一、商品感官检验
- 二、商品理化检验
- 三、商品实际使用效果评定

第三节 商品检验的特例

- 一、商品有害成分的检验
- 二、对假冒伪劣商品的检验

第四节 商品质量监督

- 一、商品质量监督的重要性
- 二、商品质量监督的种类与形式
- 三、质量监督和商品检验的区别与联系
- 四、商品质量监督与有关法规执行

第五章 商品的包装与商标

本章要求学生掌握和了解商品包装与商标的涵义、设计原则、技术等内容，这对企业营销有着重要的意义。

第一节 商品包装及其功能

- 一、商品包装的含义
- 二、商品包装的功能

第二节 商品包装的种类及设计原则

- 一、商品包装的种类
- 二、商品包装的设计原则

第三节 新型包装材料与现代包装技术

一、新型包装材料

二、现代包装技术

第四节 商品包装标准化与包装标志

一、商品包装标准化

二、商品包装标志

第五节 商品品牌与商标

一、品牌与商标

二、品牌的策划

三、商标管理

第六章 商品储运与养护

本章要求学生掌握和了解各类商品在流通过程中的储运与养护的方法，从而保质、保量、安全有效地送到消费者手中，为社会创造经济效益。

第一节 商品储运与养护的意义

第二节 食品的储藏方法

一、食品的概念及分类

二、食品的储存和保存

第三节 工业品储存

第四节 商品的养护

一、影响商品储存质量的因素

二、商品养护的分类

三、商品养护技术

第五节 商品的运输要求

一、商品运输方式及选择原则

二、商品铁路运输要求

三、商品公路运输要求

四、商品水路运输要求

五、商品航空运输要求

第七章 商品开发与环境保护

本章要求学生掌握和了解商品开发与环境保护的相互关系，重新审视我们的自然观和经济发展思路，实现商品经济、生态保护与社会发展的可持续性。

第一节 商品、人类与环境的关系

一、国内外环境形状概述

二、人类生存依赖于环境

三、商品对生态环境的污染

第二节 商品对空气的污染与防治

第三节 商品对水质的污染与防治

第四节 食品污染与防止

第八章 特色资源型商品

本章要求学生掌握和了解特色资源型商品的种类、特征以及对经济发展的有益影响。

第一节 茶叶

一、茶叶的化学成分与质量关系

二、茶叶的分类及质量特点

三、影响茶叶品种和质量的主要因素

四、茶叶质量的感官审评

五、我国茶叶经营特点及其发展

第二节 中草药

一、中草药的主要类型

二、中草药事业的发展与知识产权保护

第三节 鲜果

一、鲜果的组成物质

二、鲜果的储藏环境

三、鲜果的分类及品种特色

四、鲜果的质量要求

五、影响鲜果质量的因素

三、本课程的教学重点

说明：本课程的教学重点是商品使用价值以及商品质量和品种，为商品开发决策、商品质量提高、商品品种发展、环境与资源保护等提供科学依据。本课程具有很强的实践性，通过本课程的学习，使学生真正了解他们所从事的对象——商品的有关的基本知识、基本概念、基本理论。主要使学生能较为全面地掌握实物商品所具有的普遍共性及商品辨识与管理基本知识。

四、课程学时分配

章节	内容	理论讲课 学时	习题课学时	实习/实训课学时	小计	备注
第一章	商品辨识与管理总论	2				
第二章	商品质量与商品标准化	3				
第三章	商品品种与商品分类	2				
第四章	商品检验与监督	2				
第五章	商品的包装与商标	2				
第六章	商品储运与养护	4				
第七章	商品开发与环境保护	2				
第八章	特色资源型商品	2				
	复习	2				
	合计	32				

五、课程考核与评价

说明：考核与评价包括考核与评价的方法、手段，本课程为考查课，期末课程结束，统一出题。平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书

1、教材：

商品学概论 万融等 中国人民大学出版社 2014 年

2、参考书：

①商品学概论 陈天荣 重庆大学出版社 2013 年

②现代商品学教程 刘爱珍 立信会计出版社 2011 年

③商品学概论 赵仁德 东北财经大学出版社 2011 年

《网络客服规范》课程教学大纲

课程名称：网络客服规范

适用专业：电子商务专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

通过本课程的学习能使学生了解网络客服服务对于企业生存和发展的重要意义，掌握网络客户服务的含义、特征、目标和核心内容。网络客户服务的基础是客户关系管理，最重要的理论基础是关系营销。有别于传统的交易营销，关系营销注重通过和客户的互动交流，和客户建立起长久稳定的合作关系，这种合作关系是建立在信任和感情的基础之上的一种双赢关系。企业通过和客户长期交流获得的对客户了解，能够更好地为客户提供个性化的服务，从而赢得客户的满意和信任，并进而提升客户的忠诚度，从而使企业在获得利润的同时更增强了市场的竞争能力，为企业的长期持续经营打下坚实的基础。客户管理系统是一种建立在信息技术之上的计算机管理软件、硬件和服务系统，西方大中型企业普遍引入这种系统，我国较大的企业也在逐渐开始使用。客户管理系统支持企业和客户通过多种渠道交流，并通过这种交流互动，收集、整理、分析各种客户数据，并从中发现有价值的信息，为企业决策提供支持，同时将客户信息提供给面向客户的营销、销售、服务、技术支持人员共享，使他们能够为客户提供更好的服务，从而提高客户的满意程度。

（三）任务

讲解网络客服实践中出现的基本问题及解决问题的基本方法，引导学生分析和解决网络客服实践中的常见问题。

二、教学的基本内容和要求

第一章 客户关系管理的产生

1. 客户关系管理的起源
 - (1) 我们所处的环境
 - (2) 客户关系管理的背景
2. 客户关系管理产生的原因
 - (1) 需求的拉动
 - (2) 技术的推动
 - (3) 管理理念的更新
3. 实施客户关系管理为企业带来的优势
 - (1) 全面提升企业的核心竞争能力
 - (2) 提升客户关系管理水平
 - (3) 重塑企业营销功能
 - (4) 提升销售业绩
 - (5) 降低成本、提高效率
 - (6) 利用整合信息提供卓越服务、提供客户忠诚度

第二章 客户关系管理概述

1. 客户关系管理的定义及本质
 - (1) 客户关系管理的内涵
 - (2) 客户关系管理的内涵
 - (3) 客户关系管理的定义及本质
2. 客户关系管理的作用与企业文化
 - (1) 客户关系管理的作用
 - (2) 客户关系与企业文化

第三章 客户分析及客户价值

1. 客户生命周期
2. 客户细分
3. 客户定位分析
4. 客户细分指标与客户顺序模型
5. 客户满意和客户忠诚

第四章 客户关系管理的营销策略

1. 客户关系的生命周期
2. 生命周期各阶段的 CRM 策略
3. 关系营销
4. 数据库营销

第五章 客户关系管理系统介绍

1. 客户关系管理系统核心和一般模型
2. 客户关系管理系统的功能介绍
 - (1) CRM 的基本功能模块
 - (2) 市场管理模块—在线营销管理
 - (3) 市场管理模块—网上营销管理
 - (4) 服务管理模块—在线服务模块
 - (5) 服务管理模块—网上服务管理

第六章 客户关系管理系统的分类

1. 运营型客户关系管理系统
2. 分析型客户关系管理系统
3. 协作型客户关系管理系统

第七章 客户服务中心

1. 客户服务中心概述
2. 呼叫中心的发展历程
3. 呼叫中心的运用
4. 呼叫中心的设计与实现
5. 案例：各国呼叫中心产业的经验和教训

第八章 客户关系管理项目实施

1. 客户关系管理项目的实施步骤
2. EY 公司实施 CRM 的背景
3. Y 公司 CRM 实施过程分析
4. EY 公司 CRM 实施效果分析

第九章 CRM 与数据仓库

1. 数据仓库的产生
2. 数据仓库概念及特征
3. 数据仓库的内容
4. 数据仓库系统的体系结构

第十章 CRM 与数据挖掘

1. 数据挖掘的基本定义
2. 为何要在 CRM 中应用数据挖掘
3. 数据挖掘流程
4. 数据挖掘的应用

第十一章 CRM 与其他管理系统的关系

1. BPR 与 CRM
2. CRM 与 ERP
3. CRM 与电子商务
4. CRM 与商业智能

三、本课程的教学重点

本课程的重点：客户关系管理的产生，CRM 的概念、功能，客户分析及客户价值，客户关系管理的实施，客户关系管理的营销策略，客户服务中心

本课程的难点：客户生命周期、CRM 系统、客户关系管理的实施、客户服务中心的建立

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、教学时数分配

教学内容（章）	讲课学时	实验（训）学时	小计
---------	------	---------	----

第一章 客户关系管理的产生	2	4	6
第二章 客户关系管理概述	2		2
第三章 客户分析及客户价值	4	4	8
第四章 客户关系管理的营销策略	2		2
第五章 客户关系管理系统介绍	4	4	8
第六章 客户关系管理系统分类	4	4	8
第七章 呼叫中心	2		2
第八章 客户关系管理项目实施	4		4
第九章 CRM 与数据仓库	2		2
第十章 CRM 与数据挖掘	4		4
第十一章 CRM 与其他管理系统的关系	2		2
合计	32	16	48

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

客户服务实务，作者：李国冰 出版社：重庆大学出版社，出版时间：2008 年 08 月

2. 参考书：

客户服务管理，作者：李先国，出版社：清华大学出版社，出版时间：2006 年 09 月

客服主管高效工作手册，作者：杨琼，出版社：机械工业出版社，出版时间：2013 年 08 月

《网络客服规范》课程实训环节教学大纲

课程名称：网络客服规范

适用专业：电子商务专业

学时：16

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

通过本课程的学习能使学生了解网络客服服务对于企业生存和发展的重要意义，掌握网络客户服务的含义、特征、目标和核心内容。。

（三）任务

讲解网络客服实践中出现的基本问题及解决问题的基本方法，引导学生分析和解决网络客服实践中的常见问题。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一：客户关系管理的产生

任务：网络客服发展调研。

要求：形成调研报告，不少于 1000 字。

项目二：客户分析及客户价值

任务：客户价值案例分析

要求：写出案例分析心得，不少于 500 字。

项目三：客户关系管理系统介绍

任务：CRM 案例分析

要求：写出案例分析心得，不少于 500 字。

项目四：客户关系管理系统分类

任务：客户关系管理系统分类的研究

要求：写出研究报告，不少于 1000 字。

三、本课程的教学重点

本课程的重点：客户关系管理的产生，CRM的概念、功能，客户分析及客户价值，客户关系管理的实施，客户关系管理的营销策略，客户服务中心

本课程的难点：客户生命周期、CRM 系统、客户关系管理的实施、客户服务中心的建立。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时
1	第一章 客户关系管理的产生	网络客服发展调研	4
2	第三章 客户分析及客户价值	客户价值案例分析	4
3	第五章 客户关系管理系统介绍	CRM 系统分析	4
4	第六章客户关系管理系统分类	CRM 系统分类研究	4
	合计		16

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

实训项目成绩的构成为：（1）实训课出勤率为 20%
 （2）口头展示与基本理论运用 20%
 （3）实践技能 30%
 （4）实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

客户服务实务，作者：李国冰 出版社：重庆大学出版社，出版时间：2008 年 08 月

2. 参考书：

客户服务管理，作者：李先国，出版社：清华大学出版社，出版时间：2006 年 09 月

客服主管高效工作手册，作者：杨琼，出版社：机械工业出版社，出版时间：2013 年 08 月

《电子商务数据分析》课程教学大纲

课程名称：电子商务数据分析

适用专业：电子商务专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。本课程的内容包括：数据库设计、表的操作、数据表查询、设计数据访问页、设计窗体、设计报表、设计宏、“数据库系统”开发实例、数据分析、淘宝网数据分析软件使用等。

（二）目的

通过本课程的学习能使使学生掌握数据库的基础知识和基本技能；培养学生利用数据库系统进行数据分析和处理的能力，为进一步学习数据库知识和数据库应用开发打下基础，使学生具有计算机信息管理的初步能力。

（三）任务

掌握 Access 2007 数据库的创建与维护、表的操作与维护、数据查询及操作查询、创建窗体和报表，掌握建立简单的数据库管理系统的方法。熟练掌握淘宝网数据分析工具的使用，能够对店铺数据进行有效分析。

二、教学的基本内容和要求

第 1 章. 数据库基础知识

1. 数据库基本知识
2. 数据库系统基本知识
3. 数据库管理系统基本知识
4. 关系模型

第 2 章 数据库设计

教学要求：

1. 了解“图书借阅管理系统”项目
2. 了解构造数据库模型的方法

3. 掌握创建数据库的方法
4. 掌握创建的表的方法
5. 掌握设置主关键字的操作
6. 深刻理解表间关系

教学内容:

1. 了解 Access2003 数据库
2. 创建数据库和表
3. 设置主关键字

第 3 章 表的操作

教学要求:

1. 掌握表结构的修改操作
2. 掌握设置字段属性的操作
3. 掌握创建值列表字段和查阅字段的方法
4. 掌握记录的编辑操作
5. 掌握记录的筛选方法
6. 掌握记录排序方法
7. 掌握设置数据表的格式

教学内容:

1. 修改表结构
2. 设置字段属性
3. 创建值列表字段和查阅字段
4. 编辑记录
5. 筛选记录
6. 数据表格式设置

第 4 章 数据表查询

教学要求:

1. 掌握创建选择查询的方法
2. 掌握设置条件查询的方法
3. 掌握创建参数查询的方法
4. 掌握使用查询向导创建交叉表查询的方法
5. 掌握操作查询

教学内容:

1. 操作查询
生成表查询
更新查询
追加查询
删除查询
查询应用

- 2 创建选择查询
- 3 创建条件查询
- 4 创建参数查询
- 5 使用向导创建交叉表查询

第 5 章 SQL 查询

教学要求：

1. 掌握创建选择查询的方法
2. 掌握设置条件查询的方法
3. 了解 SQL 查询

教学内容：

- SQL 查询
- 创建联合查询
- 创建数据定义查询
- 传递查询

第 6 章 设计数据访问页

教学要求：

1. 掌握创建数据访问页的方法
2. 掌握编辑数据访问页的方法
- 3 掌握访问数据访问页的方法

教学内容：

- 4.1 创建数据访问页
- 4.2 编辑数据访问页
- 4.3 访问数据访问页

第 7 章 设计窗体

教学要求：

1. 掌握窗体的概念
2. 掌握使用向导创建窗体的方法
3. 掌握创建数据透视表的方法
4. 了解创建创建数据透视图的方法
5. 掌握创建图表窗体的方法
6. 了解窗体的结构组成
7. 掌握使用设计视图创建窗体的方法
8. 掌握窗体布局及修饰

教学内容：

- 1 认识窗体
- 2 创建简单窗体
- 3 创建图表和数据透视图
- 4 窗体布局及修饰

5 窗体设计

第 8 章 设计报表

教学要求:

1. 掌握创建简单报表的方法
2. 掌握使用设计视图创建报表
3. 掌握报表数据排序与分组的操作方法
4. 掌握子报表的创建操作方法
5. 掌握报表综合应用设计

教学内容:

- 8.1 创建简单报表
- 8.2 使用设计视图创建报表
- 8.3 报表数据排序与分组
- 8.4 创建子报表
- 8.5 报表综合应用设计
- 8.6 报表打印

第 9 章 设计宏

教学要求:

1. 掌握宏的创建方法
2. 掌握条件宏的创建方法
3. 掌握宏组的创建方法
4. 了解常用的宏命令

教学内容:

- 9.1 创建简单宏
- 9.2 创建条件宏与宏组
- 9.3 宏键和宏命令

第 10 章 数据库安全

设置数据库访问密码

编码与解码数据库

用户/组帐户

用户级安全机制向导的使用方法

压缩和修复数据库以及复制和同步数据库

第 11 章 数据分析

教学要求:

1. 了解和应用常见的数据分析工具
2. 掌握数据分析和数据挖掘的方法

教学内容:

- 10.1 数据分析
- 10.2 数据分析工具
- 10.3 数据透视

10.4 数据挖掘

第 12 章 开发实例

教学要求:

1. 了解应用程序开发的一般设计方法
2. 掌握较简单应用程序的编制

教学内容:

- 11.1 系统分析与设计
- 11.2 数据库分析与设计
- 11.3 创建数据库和表
- 11.4 创建窗体

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是熟练掌握淘宝网数据分析工具的使用,能够对店铺数据进行有效分析。

在教学中应体现职业教育的特点,贯彻理论联系实践,突出实践操作,让学生能通过实践理解和掌握本软件的使用方法。

四、教学时数分配

章节	名称	讲课学时	实验(训)学时	小计
第 1 章	数据库基础知识 数据库基本知识 数据库系统基本知识 数据库管理系统基本知识 关系模型	2		2
第 2 章	创建数据库和表 “图书借阅管理系统”项目简介 了解 Access2007 数据库 创建数据库和表 设置主关键字	2		2
第 3 章	表的操作 修改表结构 设置字段属性 创建 OLE 字段 创建值列表字段和查阅字段 编辑记录	4		4

	筛选记录 记录排序 数据表格式设置			
第 4 章	查询 使用设计视图创建查询 使用向导创建查询 设置查询字段和查询条件 嵌套查询 参数式查询	4		4
第 5 章	操作查询与 SQL 查询 使用向导创建交叉表查询 创建参数查询 操作查询 *SQL 查询	4		4
第 6 章	窗体 认识窗体 创建简单窗体 创建图表和数据透视图 窗体布局及修饰 窗体设计	2		2
第 8 章	报表的创建和打印 使用向导创建报表 使用设计视图创建报表 编辑与修改报表内容 创建子报表 打印与预览报表	2		2
第 9 章	设计宏 创建简单宏 创建条件宏与宏组 宏健和宏命令	4		4
第 10 章	数据库安全 设置数据库访问密码 编码与解码数据库 用户/组帐户 用户级安全机制向导的使用方法 压缩和修复数据库以及复制和同步数据库	4		4
第 11 章	数据分析 数据分析工具 数据分析方法 数据透视表 数据挖掘	4		4

第 12 章	“图书借阅管理系统”开发实例 系统分析与设计 数据库分析与设计 创建数据库和表 创建窗体	0	16	16
合计		32	16	48

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

使用教材：《数据库应用教程》，清华大学出版社，杨涛，2010 年 2 月第一版

2. 参考书：

《Access 数据库实用教程》 电子工业出版社 潘军 主编，2011 年 5 月第 2 版

《电子商务数据分析》课程实训环节教学大纲

课程名称：电子商务数据分析

适用专业：电子商务专业

学时：24

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。本课程的内容包括：数据库设计、表的操作、数据表查询、设计数据访问页、设计窗体、设计报表、设计宏、“数据库系统”开发实例、数据分析、淘宝网数据分析软件使用等。

（二）目的

通过本课程的学习能使使学生掌握数据库的基础知识和基本技能；培养学生利用数据库系统进行数据分析和处理的能力，为进一步学习数据库知识和数据库应用开发打下基础，使学生具有计算机信息管理的初步能力。

（三）任务

掌握 Access 2007 数据库的创建与维护、表的操作与维护、数据查询及操作查询、创建窗体和报表，掌握建立简单的数据库管理系统的方法。熟练掌握淘宝网数据分析工具的使用，能够对店铺数据进行有效分析。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一：系统开发

任务：“图书借阅管理系统”开发

要求：完成系统开发，并对系统的数据进行分析。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是熟练掌握淘宝网数据分析工具的使用，能够对店铺数据进行有效分析。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时
1	“图书借阅管理系统”开发实例	系统分析与设计	4
		数据库分析与设计	4
		创建数据库和表	4
		创建窗体	4
	合计		16

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

- 实训项目成绩的构成为：
- (1) 实训课出勤率为 20%
 - (2) 口头展示与基本理论运用 20%
 - (3) 实践技能 30%
 - (4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

使用教材：《数据库应用教程》，清华大学出版社，杨涛，2010 年 2 月第一版

2. 参考书：

《Access 数据库实用教程》 电子工业出版社 潘军 主编，2011 年 5 月第 2 版

《网上支付与结算》课程教学大纲

课程名称：网上支付与结算

适用专业：电子商务专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。同时也是理论性与操作性均比较强的一门课程。

（二）目的

通过本课程教学大纲规定的全部教学内容的学习，学生要掌握电子交易和电子支付的概念，熟悉第三方支付平台操作、网上银行业务基本流程及其安全操作，掌握网络安全防范策略和防火墙的应用、常用数据加密方法和数字证书实现的方法、数字证书和身份认证的使用方法，熟悉电子支付协议的概念及内容、电子支付 SSL 和 SET 协议的应用，了解电子支付的法律问题。

（三）任务

要求学生了解电子商务安全支付的目标和体系结构、网络安全技术、电子货币支付基础等知识以外，还要求熟悉第三方支付平台操作、网上银行业务基本流程及其安全操作，掌握网络安全防范策略和防火墙的应用、常用数据加密方法和数字证书实现的方法、数字证书和身份认证的使用方法等；通过案例分析与实训，具备一定电子商务安全支付的实际操作能力。本课程以课堂理论讲授为主，辅助案例实训和多媒体教学，适时开展一定的课堂研讨和专题实训实践活动。每一章教学必须有书面作业。

二、教学的基本内容和要求

第 1 章. 电子支付概述

第一节 电子支付基础

第二节 网上支付

了解我国电子支付的发展概况，掌握电子交易和电子支付的概念；了解网上支付系统的基本构成及其安全特性，掌握网上支付的理论知识。

重点：电子交易和电子支付的概念；

难点：网上支付系统的基本构成及其安全特性。

第 2 章 第三方支付

第一节 第三方支付平台

第二节 支付宝

第三节 其他第三方支付工具

了解我国第三方电子支付平台的产生和发展、第三方支付平台的运作机制；熟悉第三方支付平台的优点、国内主要使用的第三方支付产品；熟悉并掌握支付宝的实际操作；了解其他第三方支付工具。

重点：第三方支付平台的运作机制，支付宝的实际操作；

难点：第三方支付平台的运作机制。

案例 1、支付宝的实际操作。

第 3 章 网上金融与安全

第一节 网上银行与安全

第二节 网上证券与安全

第三节 网上保险与安全

了解网上银行的涵义及其特点，熟悉网上银行业务的基本流程；熟悉网上证券和网上保险的特点及其风险防范措施，掌握网上证券和网上保险的安全操作。

重点：网上银行业务的基本流程及其安全操作；

难点：网上证券和网上保险的风险防范措施。

案例 2、网上证券安全操作。

第 4 章 电子交易网络安全

第一节 网络安全概述

第二节 入侵检测

第三节 网路信息安全防范

第四节 防火墙

掌握网络安全的概念，了解计算机网络系统的脆弱性；熟悉入侵检测的涵义及其方法，熟悉网络安全防范策略；了解防火墙的主要设计思想，熟悉常用防火墙的设置。

重点：网络安全的概念及其防范策略，防火墙的应用；

难点：常用防火墙的设置。

案例 3、常用防火墙的设置。

第 5 章 电子交易信息安全

第一节 数据安全

第二节 数字签名技术

第三节 信息传输安全

理解并熟悉数据加密的涵义、常用的加密方法；了解数字签名、数字证书的涵义及实现的方法；熟悉 VPN 的定义及其特点，了解常用的 VPN 解决方案。

重点：常用的数据加密方法，数字证书的涵义及实现的方法；

难点：VPN 的定义及其特点，常用的 VPN 解决方案。

案例 4、常用的 VPN 解决方案。

第 6 章 电子交易认证服务

第一节 数字证书

第二节 身份认证

第三节 PKI 基础

掌握数字证书的使用方法及其操作，熟悉身份认证的使用方法及其操作；理解 PKI 的涵义及其功能，了解 PKI 加密和签名原理，熟悉 PKI 的应用。

重点：数字证书和身份认证的使用方法及其操作；

难点：PKI 的涵义及其功能，PKI 的应用。

案例 5、数字证书的应用。

第 7 章 电子交易支付安全

第一节 电子支付协议概述

第二节 安全通讯协议 SSL

第三节 安全电子交易协议 SET

了解电子支付协议的概念及内容，熟悉 SSL 协议的主要组成及其工作原理，掌握 SSL 协议的安全分析方法；熟悉 SET 协议的主要目标及组成，掌握 SET 协议的安全分析方法。

重点：电子支付协议的概念及内容，SSL 和 SET 协议的应用；

难点：SSL 和 SET 协议的应用。

案例 6、SSL 和 SET 协议的应用。

第 8 章 电子支付的法律保障

第一节 网上银行业务管理暂行办法

第二节 电子银行业务管理办法及评估

第三节 电子支付的法律问题

了解网上银行业务管理暂行办法，熟悉电子银行业务管理办法及评估，了解电子支付的法律问题。

重点：网上银行业务管理暂行办法；

难点：电子支付的法律问题。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是第三方支付平台操作、网上银行业务基本流程及其安全操作，掌握网络安全防范策略和防火墙的应用、等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、教学时数分配

教学内容（章）	讲课学时	实验（训）学时	小计
电子支付概述	4		4
第三方支付	4		4
网络金融与安全	4		4
电子交易网络安全	4		4
电子信息交易安全	4		4
电子交易认证服务	4		4
电子交易支付安全	4		4
电子支付的法律保障	4		4
综合实训：电子支付与安全	0	16	16
合计	32	16	48

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（30%）和期末考查成绩（70%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材:

网上支付与结算, 作者:王新春、王丽、孟丛、刘晓玲、吴琼, 出版社:清华大学出版社, 出版时间:2016 年 05 月

2. 参考书:

陈月波等编著, 电子支付与交易安全, 人民邮电出版社, 2011 年 10 月。

刘英卓主编, 电子商务安全与网上支付, 电子工业出版社, 2010 年 7 月。

杨坚争等编著, 电子商务安全与电子支付, 机械工业出版社, 2011 年 1 月第二版。

《网上支付与结算》课程实训环节教学大纲

课程名称：网上支付与结算

适用专业：电子商务专业

学时：16

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。同时也是理论性与操作性均比较强的一门课程。

（二）目的

通过本课程教学大纲规定的全部教学内容的学习，学生要掌握电子交易和电子支付的概念，熟悉第三方支付平台操作、网上银行业务基本流程及其安全操作，掌握网络安全防范策略和防火墙的应用、常用数据加密方法和数字证书实现的方法、数字证书和身份认证的使用方法，熟悉电子支付协议的概念及内容、电子支付 SSL 和 SET 协议的应用，了解电子支付的法律问题。

（三）任务

要求学生了解电子商务安全支付的目标和体系结构、网络安全技术、电子货币支付基础等知识以外，还要求熟悉第三方支付平台操作、网上银行业务基本流程及其安全操作，掌握网络安全防范策略和防火墙的应用、常用数据加密方法和数字证书实现的方法、数字证书和身份认证的使用方法等；通过案例分析与实训，具备一定电子商务安全支付的实际操作能力。本课程以课堂理论讲授为主，辅助案例实训和多媒体教学，适时开展一定的课堂研讨和专题实训实践活动。每一章教学必须有书面作业。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

实训项目：电子支付与安全

任务：分析主流支付平台的支付手段，查找安全漏洞并给以防范

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是第三方支付平台操作、网上银行业务基本流程及其安全操作，掌握网络安全防范策略和防火墙的应用、等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的实践基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时
1	电子支付与安全	主流电子支付手段展示	4
		安全漏洞分析	4
		安全漏洞查找	4
		安全防范	4
	合计		16

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

- 实训项目成绩的构成为：
- (1) 实训课出勤率为 20%
 - (2) 口头展示与基本理论运用 20%
 - (3) 实践技能 30%
 - (4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

网上支付与结算，作者：王新春、王丽、孟丛、刘晓玲、吴琼，出版社：清华大学出版社，出版时间：2016 年 05 月

2. 参考书：

陈月波等编著，电子支付与交易安全，人民邮电出版社，2011 年 10 月。

刘英卓主编，电子商务安全与网上支付，电子工业出版社，2010 年 7 月。

杨坚争等编著，电子商务安全与电子支付，机械工业出版社，2011 年 1 月第二版。

《商品拍摄》课程教学大纲

课程名称：商品拍摄

适用专业：电子商务专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

通过本课程的学习使同学们理解拍摄产品摄影所需的技能技巧，通过大胆创新，能熟练地运用到在以后的影视媒体创作中。同时有目的、有针对性地启发学生的创作审美的意识。

（三）任务

本课程在理论的基础上注重学生的技巧与实践，强调学生熟练的掌握产品摄影基础理论与技巧。学生通过学习该课程掌握各种摄影器材，产品摄影的知识与技术，掌握产品摄影的完整工作流程，了解掌握产品摄影的实际拍摄经验、后期处理思路和产品摄影场景拍摄技巧等。要求学生眼勤、手勤、脑勤，勤与观察，善于思考，在不断的实践中，提升自己的摄影技能和审美观点，用严谨的科学态度和活跃的艺术思路进行创意性学习。

二、教学的基本内容和要求

第 1 章. 产品摄影的概念和意义

任务：产品摄影的概念定义，产品摄影的意义。产品摄影的基本理论和定义（设备、测光与曝光、用光、白平衡、构图等）。

教学要求：了解产品摄影，引入产品摄影课程内容。

第 2 章 产品摄影的语言表达

任务：通过本章的学习，学生能清楚的理解拍摄产品摄影所需的技能技巧。（理解能力、创新能力、思辨能力、写作能力）内容包括：产品摄影的表现手法，产

品摄影的构图方式，产品摄影的用光方法，产品摄影的色彩表现，产品摄影的技巧应用。产品摄影的场景布置 室外及摄影棚拍摄技巧 器材的选择与使用 后期处理的技巧和方法。

教学要求：掌握产品摄影的构图、用光、色彩的应用；掌握产品摄影的后期处理技巧。

第 3 章 产品摄影的专项训练

任务：：通过理论讲授、作品分析具体阐述产品摄影创作中的摄影技巧，正确的、有目的、有针对性地启发学生的创作审美的意识。（理解能力、思辨能力、创新能力、写作能力、运用能力）内容包括：拍摄前的准备、拍摄中的注意事项、拍摄后的处理；拍摄规划、拍摄设备的准备与检查、如何应对拍摄中的变化、测光与曝光、白平衡的控制、景深的控制、构图技巧、选片、后期处理、文字配合图片等。

教学要求：学生通过学习该课程掌握各种摄影器材，产品摄影的知识与技术；掌握产品摄影的完整工作流程；了解掌握产品摄影的实际拍摄经验、后期处理思路等。

第 4 章 产品摄影作品鉴赏

任务：学生熟练的掌握各类型产品摄影理论与技巧，大胆创新，并能熟练地运用到在以后的影视媒体创作中。内容包括：专项讲解、综合解析与训练。场景条件的影响、各类型产品摄影作品的鉴赏与分析。

教学要求：学生能熟练掌握产品摄影各类型的拍摄技巧；要求学生眼勤、手勤、脑勤，勤与观察，善于思考，在不断的实践中，提升自己的摄影技能和审美观点；完成实际项目的拍摄（商业项目或比赛项目）。

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是产品摄影的表现手法，产品摄影的构图方式，产品摄影的用光方法，产品摄影的色彩表现，产品摄影的技巧应用。产品摄影的场景布置 室外及摄影棚拍摄技巧 器材的选择与使用 后期处理的技巧和方法等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、教学时数分配

教学内容（章）	讲课学时	实验（训）学时	小计
产品摄影的语言表达	6		6
产品摄影的语言表达	6		6
产品摄影的专项训练	6		6
产品摄影作品鉴赏	6		6
摄影实践		24	24
合计	24	24	48

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（30%）和期末考查成绩（70%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

刘君武，陈声明，王明爵《静物与产品摄影—布光、拍摄与修图技法》（全彩），电子工业出版社；第1版（2016年1月）

2. 参考书：

[1]许毅. 让商品畅销的产品摄影之道[M]. 人民邮电出版社. 第1版. 2015年10月.

[2]王巍. 产品摄影（工业设计专业应用型人才培养规划教材）[M]. 清华大学出版社. 第1版. 2014年8月.

[3]刘君武. 商业摄影实拍案例[M]. 电子工业出版社. 第1版. 2014年6月.

[4] 陈远东. 电商产品摄影与后期技法实战宝典[M]. 人民邮电出版社. 第1版. 2017年7月.

[5]（德）丹尼斯·萨维尼. 商业摄影大师班[M]. 中国摄影出版社. 第5版. 2013年7月.

《商品拍摄》课程实训环节教学大纲

课程名称：商品拍摄

适用专业：电子商务等专业

学时：24

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

通过本课程的学习强化动手动脑能力，加强理论与实践相结合，培养具有较好的审美和摄影能力，提高学生的团队合作意识和设计创作的综合素质。

（三）任务

本课程在实践教学的基础上注重学生的摄影能力与摄影思维的提升与激发，强调学生熟练的掌握产品摄影基础理论与技巧。学生通过学习该课程掌握各种摄影器材，产品摄影的知识与技术，掌握产品摄影的完整工作流程，了解掌握产品摄影的实际拍摄经验、后期处理思路和产品摄影场景拍摄技巧等。要求学生眼勤、手勤、脑勤，勤与观察，善于思考，在不断的实践中，提升自己的摄影技能和审美观点，用严谨的科学态度和活跃的艺术思路进行创意性学习。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一：拍摄示范与教学实验

任务：

- 1， 食品拍摄与广告制作
- 2， 洗浴用品的拍摄与广告制作
- 3， 手表及饰品的拍摄与广告制作
- 4， 酒类广告的拍摄与制作
- 5， 不锈钢和反光类产品拍摄与广告制作

项目二：创意摄影尝试与实验

任务：

- 1, 道具创新
- 2, 另类观看
- 3, 瞬间抓取
- 4, 特效拍摄
- 5, 玩偶世界

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是产品摄影的表现手法，产品摄影的构图方式，产品摄影的用光方法，产品摄影的色彩表现，产品摄影的技巧应用。产品摄影的场景布置室外及摄影棚拍摄技巧 器材的选择与使用 后期处理的技巧和方法等内容。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的实践基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时
1	拍摄示范与教学实验	1, 食品拍摄与广告制作	2
		2, 洗浴用品的拍摄与广告制作	2
		3, 手表及饰品的拍摄与广告制作	2
		4, 酒类广告的拍摄与制作	2
		5, 不锈钢和反光类产品拍摄与广告制作	2
2	创意摄影尝试与实验	1, 道具创新	3
		2, 另类观看	3
		3, 瞬间抓取	3
		4, 特效拍摄	3
		5, 玩偶世界	2
	合计		24

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

- 实训项目成绩的构成为：
- （1）实训课出勤率为 20%
 - （2）口头展示与基本理论运用 20%
 - （3）实践技能 30%
 - （4）实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

刘君武，陈声明，王明爵《静物与产品摄影—布光、拍摄与修图技法》（全彩），电子工业出版社；第 1 版（2016 年 1 月）

2. 参考书：

[1]许毅. 让商品畅销的产品摄影之道[M]. 人民邮电出版社. 第 1 版. 2015 年 10 月.

[2]王巍. 产品摄影（工业设计专业应用型人才培养规划教材）[M]. 清华大学出版社. 第 1 版. 2014 年 8 月.

[3]刘君武. 商业摄影实拍案例[M]. 电子工业出版社. 第 1 版. 2014 年 6 月.

[4] 陈远东. 电商产品摄影与后期技法实战宝典[M]. 人民邮电出版社. 第 1 版. 2017 年 7 月.

[5]（德）丹尼斯·萨维尼. 商业摄影大师班[M]. 中国摄影出版社. 第 5 版. 2013 年 7 月.

《电子商务案例分析》课程教学大纲

课程名称：电子商务案例分析

适用专业：电子商务专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

该课程理论与技能培养并重，相互结合，培养电子商务应用型人才。本课程在高职电子商务专业人才培养计划中是主要课程。课程的教学是在电子商务概论、电子商务开发技术等课程的基础上展开的。目的是通过各种类型的电子商务案例的详细分析，掌握电子商务运作的一般规律。通过本课程的学习，让学生熟悉较多的电子商务案例，为学生提供分析、评估电子商务商务项目的方法，培养学生的案例分析能力和归纳总结能力，从而使学生在调查、讨论与实践的基础上更深入地理解电子商务基本原理。

（三）任务

了解有关电子商务案例分析的定义、分类、重要性；

熟练掌握电子商务交易模式、网络营销的案例分析；

掌握电子商务法律、物流、支付的案例分析；

熟悉电子商务网站建设维护与推广技术的应用；

了解电子商务服务行业及创业的案例。

二、教学的基本内容和要求

第 1 章. 电子商务案例分析概述

教学要求：通过教学，使学生掌握电子商务的概念、类型及特点，掌握进行电子商务案例分析所需要的案例选择，掌握电子商务案例分析的分类，理解电子商务相对传统商务模式的优点，理解电子商务案例分析中常用的方法，了解电子商务案例的定义及进行电子商务案例

分析的重要性。

任务：

- (1) 电子商务的定义及分类
- (2) 电子商务案例分析的重要性
- (3) 电子商务案例分析的分类及教学过程

第 2 章 电子商务网站建设与维护案例

教学要求：通过教学使学生了解电子商务网站规划的基本内容、网站设计的主要步骤和网站需求分析，掌握电子商务网站建设的常用技术，了解移动电子商务，能够结合实际案例分析电子商务网站的建设与维护。

任务：

- (1) 网站规划与设计案例——汽车中国网案例
- (2) 网站维护案例——通用电气（中国）网站维护案例
- (3) 移动电子商务悄然成风：用手机刷出多彩生活

第 3 章 电子商务网站网络优化推广案例

教学要求：通过教学使学生了解传统的商务推广与电子商务推广的不同，掌握电子商务推广的方式，熟悉掌握资源合作推广的方式，了解在进行网络推广时注意的问题，能够结合实际案例分析电子商务网站优化推广。

任务：

- (1) 电子商务网站优化案例——外贸 SEO
- (2) 资源合作推广案例——比萨的创意推广
- (3) 网络推广需注意的问题

第 4 章 电子商务网站测试和发布案例

教学要求：通过教学使学生掌握网站测试的技术，并学会检查以及修复网页链接的方法，了解申请空间和域名的过程，并能够自行申请免费空间和域名，掌握上传和下载站点文件的方法。

任务：

- (1) 电子商务网站测试和发布案例——域名注册
- (2) 域名交易——淘宝商城 tmall 到天猫的域名交易

第 5 章 电子商务交易模式案例

教学要求：通过教学使学生了解 B2B、B2C、C2C 的常见网络交易模式，掌握分析 B2B、B2C、

C2C 电子商务交易模式案例的方法和着眼点，了解各自网站的经营模式、盈利模式。

任务：

- (1) C2C 电子商务交易模式案例——B2B、B2C、C2C 电子商务市场交易规模统计分析
- (2) B2C 电子商务交易模式案例——在线视频网站赢利问题分析
- (3) B2B 电子商务交易模式案例——阿里巴巴网站经营问题分析
- (4) 电子商务网站访问者行为分析

第 6 章 电子商务支付案例

教学要求：通过教学使学生了解电子支付的主要类型、模式和流程，掌握使用电子商务支付的方法以及几种模式的区别，理解第三方支付的定义，掌握第三方支付与其他电子支付模式的根本区别，掌握网上银行的相关知识。

任务：

- (1) 电子商务支付模式案例——手机支付公交应用案例
- (2) 第三方支付模式案例——支付宝的成功案例
- (3) 网上银行——招商银行的网上银行案例

第 7 章 网络营销案例

教学要求：通过教学，要求学生掌握企业开展网络营销的方式和策略，并能够结合案例分析这些方法的应用，掌握网络广告的推广方法及特点，熟知企业和客户的需求点，结合案例分析网络广告成功的关键因素。

任务：

- (1) 网络营销方式及策略案例——一个小公司的网络营销实践给我们的启示
- (2) 网络广告案例——凡客诚品网络广告营销策略
- (3) 奥迪的网络营销、元洲装饰盖微博第一高楼

第 8 章 电子商务法律案例

教学要求：通过对本章的学习，了解中国目前电子商务相关的法律法规的理论体系，掌握域名的概念、特征及域名纠纷的类型，能够结合实际案例解决域名纠纷，掌握网络传播权的概念、含义及权利内容，掌握侵犯信息网络传播权的行为表现形式、法律责任及处罚，掌握著作权的概念、著作人的概念及权利、侵犯著作权的法律责任和执法措施，掌握计算机软件著作权的概念、计算机软件著作权人的权利、侵犯计算机软件著作权的法律责任，掌握网络信息安全的概念、特征及威胁，掌握网络信息安全产生的诸多问题和网络信息安全策略。

任务：

- (1) 域名纠纷案例——“unionpay.com”域名纠纷案
- (2) 信息网络传播权案例——“喜羊羊与灰太狼”信息网络传播权纠纷案
- (3) 著作权纠纷案例——“劲舞团”著作权纠纷案
- (4) 网络信息安全案例——特大“温柔”网络木马案
- (5) 盛大文学与百度侵权案、真假开心网案例

第 9 章 电子商务化物流案例

教学要求：通过教学使学生了解电子商务物流的主要内容和模式，掌握电子商务物流流程的合理化设计，掌握供应链和供应链管理的概念，分析相关企业的供应链管理流程和特色，掌握以电子商务为特征的现代物流类型、国际物流与国际物流中心的概念和功能，掌握第三方物流及其公司在电子商务中的地位。

任务：

- (1) 企业电子商务化物流案例——戴尔的电子商务化物流
- (2) 供应链管理案例——戴尔、惠普和 SUN 的供应链管理
- (3) 第三方物流案例——联邦快递做顾客的“全球物流专家”
- (4) 家乐福与沃尔玛中国物流模式对比分析

第 10 章 电子商务服务行业案例

教学要求：通过教学，要求学生了解电子商务服务行业常见的几种服务形式了解传统企业在电子商务环境下运行的新特点。

任务：

- (1) 旅游网站案例——携程旅行网
- (2) 网上拍卖
- (3) 淘宝网店光棍节的支付问题

第 11 章 电子商务创业案例

教学要求：通过教学，要求学生了解个人电子商务创业环境及政策、个人电子商务创业方式，掌握网上开店的基本流程，了解企业电子商务创业环境、创业模式、成功要素。

任务：

- (1) 个人电子商务创业案例——淘品牌“七格格”
- (2) 企业电子商务创业案例——买包包，麦包包！
- (3) “创业神童”卡梅伦·约翰逊神奇创业、全球网络鞋王谢家华的传奇创业

三、本课程的教学重点

重点：电子商务案例的背景、业务模式及技术解决方案分析，从案例中获取案例的成功因素及对未来发展的启示。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、教学时数分配

序号	教学内容（章）	讲课学时	实验（训）学时	小计
1	电子商务案例分析概述	2		2
2	电子商务网站建设与维护案例	2		2
3	电子商务网站网络优化推广案例	4		4
4	电子商务网站测试和发布案例	2		2
5	电子商务交易模式案例	4	4	8
6	电子商务支付案例	4		4
7	网络营销案例	2	4	6
8	电子商务法律案例	4	4	8
9	电子商务化物流案例	2		2
10	电子商务服务行业案例	4		4
11	电子商务创业案例	2	4	6
	合计	32	16	48

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

《电子商务案例分析》，杨海峰、张荣主编，大连理工大学出版社，2012年5月第4版

2. 参考书：

蔡剑主编，《电子商务案例分析》，北京大学出版社，2011.

杨坚争主编，《电子商务网站典型案例评析》（第 3 版），西安电子科技大学出版社，2010

施志君主编.《电子商务案例分析》，化学工业出版社，2009

《司林胜》，《电子商务案例分析》，电子工业出版社，2007

雷玲，《电子商务案例分析》，大连理工大学出版社，2009

《电子商务案例分析》课程实训环节教学大纲

课程名称：电子商务案例分析

适用专业：电子商务等专业

学时：16

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业基础课、必修课。

（二）目的

该课程理论与技能培养并重，相互结合，培养电子商务应用型人才。本课程在高职电子商务专业人才培养计划中是主要课程。课程的教学是在电子商务概论、电子商务开发技术等课程的基础上展开的。目的是通过各种类型的电子商务案例的详细分析，掌握电子商务运作的一般规律。通过本课程的学习，让学生熟悉较多的电子商务案例，为学生提供分析、评估电子商务商务项目的方法，培养学生的案例分析能力和归纳总结能力，从而使学生在调查、讨论与实践的基础上更深入地理解电子商务基本原理。

（三）任务

了解有关电子商务案例分析的定义、分类、重要性；

熟练掌握电子商务交易模式、网络营销的案例分析；

掌握电子商务法律、物流、支付的案例分析；

熟悉电子商务网站建设维护与推广技术的应用；

了解电子商务服务行业及创业的案例。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

项目一：电子商务交易模式案例

任务：

6， 成功模式案例分析与展示

7， 失败模式案例分析与展示

项目二：网络营销案例

任务：

6， 成功案例分析与展示

7， 失败案例分析与展示

项目三：电子商务法律案例

任务：

典型纠纷案例分析与展示

项目四：电子商务创业案例

任务：

1， 成功案例分析与展示

2， 失败案例分析与展示

三、本课程的教学重点

重点：电子商务案例的背景、业务模式及技术解决方案分析，从案例中获取案例的成功因素及对未来发展的启示。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时
1	电子商务交易模式案例	不同模式分析与展示	4
2	网络营销案例	成功、失败案例分析与展示	4
3	电子商务法律案例	典型纠纷案例分析展示	4
4	电子商务创业案例	成功、失败案例分析与展示	4
	合计		16

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

实训项目成绩的构成为：（1）实训课出勤率为 20%

(2) 口头展示与基本理论运用 20%

(3) 实践技能 30%

(4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材:

《电子商务案例分析》，杨海峰、张荣主编，大连理工大学出版社，2012 年 5 月第 4 版

2. 参考书:

蔡剑主编，《电子商务案例分析》，北京大学出版社，2011.

杨坚争主编，《电子商务网站典型案例评析》（第 3 版），西安电子科技大学出版社，2010

施志君主编.《电子商务案例分析》，化学工业出版社，2009

《司林胜》，《电子商务案例分析》，电子工业出版社，2007

雷玲，《电子商务案例分析》，大连理工大学出版社，2009

《电子商务应用考证集训》课程教学大纲

课程名称：电子商务应用考证集训

适用专业：电子商务专业

学时：48

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业课、必修课。

（二）目的

通过课程，使学生掌握掌握并运用电子商务操作，培养适应社会对电子商务人员需求的人才。

（三）任务

该课程对接等级鉴定考试——高级电子商务师，包括理论知识考试和技能操作考核两部分，要求学生熟悉电子商务的操作流程，了解电子商务的基本知识，使用网络进行营销、电子交易等活动等考证内容，达到课证融通的目的。

二、教学的基本内容和要求

第一章 电子商务基础知识

教学要求：电子商务是个新兴起来的学科，它的发展势头强劲，在学习这门课程时，首先需要详细系统的了解以下电子商务的基础知识：

- 1、了解电子商务的基本内容。
- 2、电子商务在工作中的运用。

任务：

- 1.1 电子商务基本概念和起源
- 1.2 电子商务的产生和发展
- 1.3 电子商务的一般框架
- 1.4 电子商务基本业务流程
- 1.5 电子商务的基础环境

1.6 电子商务的功能和效应

1.7 电子商务的发展现状和趋势

第二章 计算机基础知识

教学要求：电子商务的活动离不开电脑，这就要求学生掌握一些基本的计算机基础知识，包括以下技能：

- 1、能够使用各种工具，包括电子邮件工具、网页制作工具
- 2、对计算机的软、硬件知识有所了解

任务：

- 2.1 计算机硬件基本组成
- 2.2 计算机常用的软件使用知识
- 2.3 计算机操作系统应用基础知识

第三章 B to B 模式

教学要求：电子商务最热心的推动者是企业，企业与企业之间的电子商务将是电子商务中的重头戏，是产生大量收益的地方。学生在学习这一内容时，要重点掌握以下知识点：

- 1、熟悉交易中心的结构功能
- 2、掌握 B to B 交易中经销商的作用

任务：

- 3.1 操作流程的概述、客户订单的处理
- 3.2 掌握商品维护的操作技能和日常的查询业务操作（12 课时）

第四章 B to C 模式

教学要求：越来越多的企业在网上进行销售活动，实现公众消费及提供服务，目前这种消费行为已获得很多消费者的认同，该内容的讲解要抓住以下重点：

- 1、熟悉交易中心的结构功能
- 2、学习个人消费者的网上购物

任务：

- 4.1 操作流程的概述、案例讲解
- 4.2 主要操作 B to C 的后台功能

第五章 C to C 模式

教学要求：C to C 的销售模式，充分利用网络不受地域和国界限制的特点，受到越来越多年轻人的追捧并以此为乐趣。该内容的讲解重点掌握以下内容：

- 1、熟悉拍卖中心的构成何特点
- 2、掌握拍卖的技能何拍卖管理的操作

任务：

- 5.1 学习拍卖商品并参加竞买
- 5.2 拍卖中心管理的操作技能

第六章 网络营销基础知识

教学要求：网络营销作为电子商务课程的一个重要内容，在课程讲解中除了加强理论知识外，要跟电子商务紧密挂钩，加强学生的实践运用能力，重点掌握以下知识点：

- 1、了解网络营销的具体内容
- 2、运用网络技术运用各种手段开展营销活动

任务：

- 6.1 电子邮件申请与使用
- 6.2 网络广告的特点、网络广告发布申请
- 6.3 新闻组的使用
- 6.4 网上调查
- 6.5 商业报告撰写

第七章 电子支付基础知识

教学要求：越来越多的金融机构开始提供多种支付服务，特别是电子商务的交易行为，将交易过程通过网络实现，电子支付将是以后交易新的发展趋势。学生具体掌握以下内容：

- 1、使用网上支付的工具
- 2、了解电子银行的构架和电子支付的流程

任务：

- 1、电子支付方式和电子货币概述
- 2、网上支付工具的概述
- 3、电子支付的流程

4、电子支付的安全保障

第八章 物流配送基础知识

教学要求：物流的电子化是物流发展的必然趋势，电子商务物流是服务于电子商务的物流。主要内容是采用现代化的技术手段和软硬件设施及先进的管理方法，进行产品分类、整理、存储和配送等一系列工作。在教学过程中要求学生学习掌握以下知识点：

- 1、理解配送点与供应商和经销商的关系
- 2、了解企业物流的重组和运作
- 2、学会操作配送点的业务处理过程

任务：

- 1、物流的内容，供应链管理在物流管理中的运用
- 2、配送点备发货业务的管理，订单业务的处理
- 3、配送点收货查询等业务的管理
- 4、物流成本管理的基本知识

第九章 电子政务基础知识

教学要求：

政府部门的信息化建设发展飞速，目前政府部门的和管理和服务活动已经在电子商务活动中很好的运用，学生在学习该内容时，需要掌握以下知识点：

- 1、了解电子政务的基本内容
- 2、掌握电子政务在电子商务过程中的地位和作用

任务：

- 1、 电子政务的概念、内容
- 2、 实施电子政务的意义
- 3、 电子政务的应用领域和实施

第十章 电子商务建设的社会环境

教学要求：

电子商务正处在发展阶段，社会环境包括法律法规政策还不稳定，需要学生学习并了解以下知识点：

- 1、了解电子商务的社会环境以及法律环境的考虑

2、知道在我国电子商务的机遇和挑战

任务：

- 1、电子商务的法律制度
- 2、中国电子商务发展的社会环境
- 3、中国在电子商务发展中所面临的机遇和挑战（12 课时）

第十一章 综合讲解及模拟实训

教学要求：

学生对所学内容的消化和运用

任务：

- 1、教师准备理论考试试卷
- 2、教师带领学生在实训室复习并熟练教学实操内容

三、本课程的教学重点

理论目标：

- (一) 电子商务基础知识
- (二) 计算机的基础知识
- (三) 网络营销基础知识
- (四) 电子支付基础知识
- (五) 物流配送基础知识

技能目标：

- (一) 运用电脑进行网络营销
- (二) 能够对网络信息进行初步的分类整理，利用电子邮件发布商务信息
- (三) 能够完成简单的网上单证处理，并且使用电子支付工具完成电子支付

四、教学时数分配

序号	教学内容（章）	讲课学时	实验（训）学时	小计
1	电子商务基础知识	2		2
2	计算机基础知识	2		2

3	B to B 模式	4		4
4	B to C 模式	2		2
5	C to C 模式	4		4
6	网络营销基础知识	4		4
7	电子支付基础知识	4		4
8	物流配送基础知识	4		4
9	电子政务基础	2		2
10	电子商务建设的社会环境	4		4
11	技能部分		16	16
	合计	32	16	48

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

《电子商务应用考证集训》，中国电子商务协会跨境委员会

2. 参考书：

蔡剑主编，《电子商务案例分析》，北京大学出版社，2011.

杨坚争主编，《电子商务网站典型案例评析》（第3版），西安电子科技大学出版社，2010

施志君主编.《电子商务案例分析》，化学工业出版社，2009

《司林胜》，《电子商务案例分析》，电子工业出版社，2007

雷玲，《电子商务案例分析》，大连理工大学出版社，2009

《电子商务应用考证集训》课程实训环节教学大纲

课程名称：电子商务应用考证集训

适用专业：电子商务等专业

学时：16

一、实习/实训课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业课、必修课。

（二）目的

通过课程，使学生掌握掌握并运用电子商务操作，培养适应社会对电子商务人员需求的人才。

（三）任务

该课程对接等级鉴定考试——高级电子商务师，包括理论知识考试和技能操作考核两部分，要求学生熟悉电子商务的操作流程，了解电子商务的基本知识，使用网络进行营销、电子交易等活动等考证内容，达到课证融通的目的。

二、实习/实训课程教学的基本内容和要求

教学要求：通过课程，运用考证配套软件，使学生掌握掌握并运用电子商务操作，培养适应社会对电子商务人员需求的人才。

任务：

运用电脑进行网络营销

能够对网络信息进行初步的分类整理，利用电子邮件发布商务信息

能够完成简单的网上单证处理，并且使用电子支付工具完成电子支付

以及其他考证需要的模块内容。

三、本课程的教学重点

重点：考证模块中的软件使用部分。

本课程在本专业人才培养方案中处于重要地位，培养学生将来从事电商工作岗位的职业能力，为学生进一步学习专业课程奠定良好的基础。

四、实习/实训教学时数分配

项目编号	项目名称	实训内容	实习/实训课时
1	网络营销	运用电脑进行网络营销	4
2	网络客服	能够对网络信息进行初步的分类整理,利用电子邮件发布商务信息	4
3	网上支付	能够完成简单的网上单证处理,并且使用电子支付工具完成电子支付	4
4	考证其他综合模块	根据考证内容	4
	合计		16

五、课程考核与评价

考试方法主要为口试、操作和撰写有关报告。

总评成绩为各实训项目成绩的平均成绩。

- 实训项目成绩的构成为：
- (1) 实训课出勤率为 20%
 - (2) 口头展示与基本理论运用 20%
 - (3) 实践技能 30%
 - (4) 实训报告 30%

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

《电子商务应用考证集训》，中国电子商务协会跨境委员会

2. 参考书：

蔡剑主编，《电子商务案例分析》，北京大学出版社，2011.

杨坚争主编，《电子商务网站典型案例评析》（第3版），西安电子科技大学出版社，2010

施志君主编.《电子商务案例分析》，化学工业出版社，2009

《司林胜》，《电子商务案例分析》，电子工业出版社，2007

雷玲，《电子商务案例分析》，大连理工大学出版社，2009

《消费心理学》课程教学大纲

课程名称：消费心理学

适用专业：电子商务专业

学时：32

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业选修课。

（二）目的

该课程是理论性和实践性比较强的一门课程，通过学习，使学生了解消费者的心理特点和行为规律，学会分析消费者行为的理论与方法，领会研究消费者行为对经营者的启示，为制定科学的市场战略和营销策略提供科学依据。

（三）任务

通过本课程的学习，培养学生利用消费心理学知识分析和解决现实企业营销活动的思维方式及方法，提高学生分析问题解决问题的能力，同时为学生日后走上工作岗位，更好地从事营销相关工作打下知识基础。

二、教学的基本内容和要求

说明：分为基础模块、职业模块和拓展模块三部分。

基础模块：

第一章 消费者行为研究概述

教学要求：

通过本章的学习，使学生理解消费者与消费者行为含义，了解研究消费者行为的意义和消费者行为研究的历史，知道消费者行为研究的理论来源和消费者行为研究的方法，掌握消费者决策过程、影响消费者行为的个体与心理因素，了解影响消费者行为的环境因素。

教学内容：

第一节 消费者与消费者行为

第二节 研究消费者行为的意义

第三节 消费者行为研究的历史

第四节 消费者行为研究的理论来源与方法

第五节 消费者行为研究的基本框架

职业模块：

第二章 消费者决策过程：问题认知与信息搜集

教学要求：

通过本章的学习，使学生了解消费者决策的类型，了解三种购买决策类型的区别，了解消费者问题认知的类型，理解影响问题认知的因素，能够对相关信息进行搜集。

教学内容：

第一节 消费者决策的类型

第二节 问题认知

第三节 信息搜集

第三章 消费者决策过程：评价与购买

教学要求：

通过本章的学习，使学生知道评消费者购买的评价标准，掌握从购买意向到实际购买的过程以及冲动性购买和非店铺购买，了解影响店铺选择的店堂特征，理解影响品牌选择和产品购买数量的店内因素。

第一节 购买前的评价

第二节 购买过程

第三节 店铺的选择

第四章 消费者决策过程：购后行为

教学要求：

通过本章的学习，使学生了解产品的安装与使用，掌握消费者满意与不满的形成过程，了解响消费者满意的因素，了解消费者不满情绪的表达方式和影响消

费者抱怨行为的因素，掌握重复购买和品牌忠诚，了解三种处置产品的方法或策略。

教学内容：

第一节 产品的使用与闲置

第二节 消费者的满意与不满

第三节 消费者不满及其行为反应

第四节 重复购买与品牌忠诚

第五节 产品与包装的处置

第五章 消费者的资源

教学要求：

通过本章的学习，使学生了解消费者收入的构成和测量，理解收入对消费者需求结构的影响，掌握休闲与消费者时间预算，了解消费时间与节约时间的产品，熟悉消费者知识的内容。

教学内容：

第一节 消费者的经济资源

第二节 消费者的时间

第三节 消费者的知识

第六章 消费者的购买动机

教学要求：

通过本章的学习，使学生理解消费者需要的含义和分类，了解消费者的动机，本能说，了解精神分析说和驱力理论，掌握马斯洛的需要层次论、双因素理论，了解麦克里兰的显示性需要理论，理解基于多重动机的市场营销策略和基于动机冲突的营销策。

教学内容：

第一节 消费者的需要与动机

第二节 早期动机理论

第三节 现代动机理论

第四节 动机与营销策略

第七章 消费者的知觉

教学要求:

通过本章的学习,使学生了解感觉与知,理解数据驱动加工与概念驱动加工、图式与知觉,了解认知质量,掌握知觉风险及类型,了解产生知觉风险的原因,熟悉减少知觉风险的方式。

教学内容:

第一节 消费者的知觉过程

第二节 知觉的信息加工理论

第三节 消费者对产品质量的知觉

第四节 消费者对购买风险的知觉与减少风险的策略

第八章 学习、记忆与购买行为

教学要求:

通过本章的学习,使学生理解学习的含义、特征、分类以及作用,掌握消费者学习的方法,了解经典性条件反射理论(行为主义学习理论)、操作性条件反射理论(行为主义学习理论)、认知学习理论、社会学习理论,了解影响学习强度的因素,了解刺激的泛化、辨别,理解记忆的含义,了解记忆的系统与机制,理解遗忘及其影响因素,了解遗忘的原因。

教学内容:

第一节 学习概述

第二节 有关消费者学习的理论

第三节 关于学习的一些基本特性

第九章 消费者态度的形成与改变

教学要求:

通过本章的学习,使学生理解消费者态度的含义,了解消费者态度的功能、消费者态度与信念、消费者态度与行为,掌握瑟斯顿等距量表、李克特量表、语义差别量表、行为反应测量,掌握改变消费者态度的说服模式,了解传递者对消

费者态度改变的影响，理解传播特征与消费者态度改变。

教学内容：

第一节 消费者态度概述

第二节 消费者态度的测量

第三节 消费者态度形成的理论

第四节 消费者态度的改变

第十章 消费者的个性、自我概念与生活方式

教学要求：

通过本章的学习，使学生理解个性的含义、特点及类型，熟悉有关个性的理论，理解自我概念的含义，掌握自我概念的测量，熟悉自我概念与产品的象征性，了解生活方式的含义，了解生活方式的测量，掌握 VALS 生活方式分类法。

教学内容：

第一节 消费者的个性

第二节 消费者的自我概念

第三节 消费者的生活方式

拓展模块：

第十一章 文化与消费者购买行为

教学要求：

通过本章的学习，使学生掌握文化的含义及特点，了解亚文化，了解文化价值观及其演变，掌握与消费者行为有关的文化价值观，了解中国文化的主要特点；掌握中国文化的核心价值观，了解时间与空间、象征、契约与友谊以及礼仪与礼节。

教学内容：

第一节 文化概述

第二节 文化价值观

第三节 中国文化特点及其对消费者购买行为的影响

第四节 影响非语言沟通的文化因素

第十二章 社会阶层与消费者购买行为

教学要求:

通过本章的学习,使学生了解社会阶层的含义、特征以及决定因素,掌握单一指标法和综合指标法,了解支出模式上的差异、休闲活动上的差异、信息接收和处理上的差异以及购物方式上的差异,掌握社会阶层与市场营销战略。

教学内容:

第一节 社会阶层概述

第二节 社会阶层的划分

第三节 不同社会阶层消费者的行为差异

第四节 社会阶层与市场营销战略

第十三章 社会群体与消费者购买行为

教学要求:

通过本章的学习,使学生了解社会群体的概念、类型 以及与消费者密切相关的社会群体,了解参照群体及其类、参照群体的影响方式,掌握决定参照群体影响强度的因素,熟悉参照群体概念在营销中的运用,掌握角色与消费者购买行为,了解从众及其原因以及影响从众的因素。

教学内容:

第一节 社会群体概述

第二节 参照群体对购买行为的影响

第三节 角色与购买行为

第四节 群体压力与从众

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是消费者决策过程、消费者的购买动机、消费者态度等内容。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	消费者行为研究概述	1			1	
2	消费者决策过程：问题认知与信息搜集	2			2	
3	消费者决策过程：评价与购买	2	1		3	
4	消费者决策过程：购后行为	2			2	
5	消费者的资源	2			2	
6	消费者的购买动机	3			3	
7	消费者的知觉	3			3	
8	学习、记忆与购买行为	2			2	
9	消费者态度的形成与改变	2			2	
10	消费者的个性、自我概念与生活方式	3			3	
11	文化与消费者购买行为	2	1		3	
12	社会阶层与消费者购买行为	2			2	
13	社会群体与消费者购买行为	2			2	
	复习考试	2			2	
	合 计	30	2		32	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材:

现代消费者行为与心理学, 刘剑主编, 清华大学出版社, 2016 年 8 月

2、参考书:

(1) 江林. 消费者心理与行为, 北京: 中国人民大学出版社, 2007 年版

(2) 符国群. 消费者行为学 (第 3 版). 北京: 高等教育出版社, 2010. 3

《移动商务实务》课程教学大纲

课程名称：移动商务实务

适用专业：电子商务专业

学时：32

一、课程的性质、目的和任务

（一）课程性质

该课程是电商专业的专业选修课。

（二）目的

通过本课程的学习，让学生掌握移动商务的基本概念、技术基础、商务模式、发展前景和风险规避的原则，了解资源开发和价值开发的思路及途径、移动商务价值链构建的方式和移动商务的八种创新模式。

（三）任务

通过该课程的教学，使学生具备初步的创建、管理和维护企业移动商务的能力，让学生能与时俱进的将电子商务的商业模式运用到移动商务活动中。

二、教学的基本内容和要求

说明：分为基础模块、职业模块和拓展模块三部分。

基础模块：

模块一：移动商务的概念和特点

1、能力要求

- （1）通过学习，使学生知道移动商务的兴起和在世界各国的发展。
- （2）通过学习，使学生学会中国移动商务的快速发展。

2、知识要求与内容

1) 识记

- （1）移动商务的定义和类型
- （2）移动商务的特征

(3) 移动商务必须走出的五大概念误区

2) 领会

(1) 移动商务的兴起和在世界各国的发展

(2) 中国移动商务快速发展的态势

(3) 中国移动商务快速发展的特点

(4) 中国移动商务快速发展中的问题

模块二：移动商务技术

1、能力要求

(1) 通过学习，使学生了解无线通信技术发展。

(2) 通过学习，使学生学会无线通信网络技术。

(3) 通过学习，使学生能够熟练的对无线通信技术进行应用

2、知识要求与内容

1) 识记

(1) 无线通信的服务系统架构

(2) 长距离无线通信技术

(3) 中距离无线通信技术

(4) 短距离无线通信技术

(5) 移动中间件技术的内涵

(6) 移动中间件技术的分类

2) 领会

(1) 无线通信的发展简况

(2) 我国无线通信技术的发展

(3) WAP 协议

(4) IPV4 和 IPV6

3) 简单应用

(1) 移动消息应用平台

(2) WAP 应用平台

(3) IVR 应用平台

- (4) 长距离移动通讯终端接入设备
- (5) 中距离移动通讯终端接入设备
- (6) 短距离移动通讯终端接入设备

4) 综合应用

- (1) Windows Mobile 操作系统
- (2) Symbian 操作系统
- (3) Palm 操作系统
- (4) Linux 操作系统

模块三：移动商务价值链

1、能力要求

- (1) 通过学习，使学生学会移动商务价值链的构成。
- (2) 通过学习，使学生学会价值链构建中的价值支撑理论。

2、知识要求与内容

1) 识记

- (1) 移动商务价值链的构成要素
- (2) 价值支撑理论的三个要点
- (3) 移动价值链理论的三点创新
- (4) 虚拟价值链的涵义
- (5) 虚拟价值链的特点和优势

2) 领会

- (1) 迈克尔·波特的价值链理论
- (2) 移动商务价值链的发展历程
- (3) 移动商务价值链和行业价值链的不同
- (4) 移动商务价值链发展中的不足和趋势

3) 简单应用

- (1) 移动商务价值链的八种构建方式

4) 综合应用：移动商务价值链构成的图示表述

职业模块：

模块四：移动商务商业模式

1、能力要求

通过学习，使学生能够熟练的利用移动商务创新运营模式进行商务运营。

2、知识要求与内容

1) 识记

- (1) 商务模式的内涵
- (2) 移动商务模式的特点
- (3) 移动商务模式和价值链的关系

2) 领会

- (1) 移动商务模式探索中的四种模糊认识
- (2) 移动商务实践对模式构建理论的推动

3) 简单应用

- (1) 移动商务模式优化的三个原则

4) 综合应用

- (1) 移动商务的八种创新运营模式

模块五：移动商务的应用

1、能力要求

- (1) 通过学习，使学生学会移动音乐和移动游戏服务相关技能
- (2) 通过学习，使学生学会移动商务信息服务相关技能
- (3) 通过学习，使学生学会移动商务的支持服务相关技能
- (4) 通过学习，

2、知识要求与内容

1) 识记

- (1) 移动商务应用的内涵
- (2) 移动商务应用的本质特征
- (3) 移动商务信息服务的内涵
- (4) 移动定位服务的定义和类别

(5) 移动商务支持服务的概念和内涵

(6) 移动游戏的定义和特点

(7) 移动音乐服务的内涵和特点

2) 领会

(1) 移动商务应用中“动态”特征的作用

(2) 把握移动商务特征需要澄清的三个问题

(3) 移动商务信息服务的范围

(4) 手机地图定位的优点

(5) 移动游戏的分类

(6) 移动音乐服务的市场亮点

(7) 移动音乐服务的多种形式

(8) 移动音乐服务的版权管理

3) 简单应用

(1) 移动定位服务的价值实现

(2) 移动游戏发展中的问题和发展趋势

4) 综合应用

(1) 移动商务支持服务的应用

(2) 移动游戏的运营模式

拓展模块:

模块六：移动支付

1、能力要求

(1) 通过学习，使学生学会移动支付内涵、分类和发展

(2) 通过学习，使学生了解移动支付系统

(3) 通过学习，使学生能够利用移动支付模式进行实际问题的解决

2、知识要求与内容

1) 识记

(1) 移动支付的内涵

(2) 移动支付的分类

- (3) 我国移动支付的发展特点
- (4) 一般的移动支付系统
- (5) 探索中的移动支付系统
- (6) 移动支付的产业链构成
- (7) 创新移动商务支付的模式

2) 领会

- (1) 移动支付在世界各国的发展情况
- (2) 我国移动支付的发展情况
- (3) 影响我国移动支付发展的主要因素
- (4) 各国移动支付运营模式
- (5) 移动支付产业链的合作与共赢
- (6) 移动支付业务的价值开发

3) 简单应用

- (1) 我国探索中的移动支付模式

4) 综合应用

- (1) 进行移动支付的创新思考

三、本课程的教学重点

本课程的教学重点是移动商务商业模式、移动商务的应用等内容。

四、教学时数分配

章节	课程内容	理论讲课	习题课	实习/实训	小计	备注
1	移动商务的概念和特点	3			3	
2	移动商务技术	6			6	
3	移动商务价值链	6			6	
4	移动商务商业模式	5			5	
5	移动商务的应用	5			5	

6	移动支付	5			5	
	复习考试	2			2	
	合 计	32			32	

五、课程考核与评价

本课程为考查课，总评成绩包括平时成绩（40%）和期末考查成绩（60%）。其中，平时成绩包括出勤、听课情况、作业完成情况等。

六、推荐使用教材或参考书说明

1. 推荐教材：

移动商务基础(职业教育电子商务专业实战型规划教材)，王忠，中国人民大学出版社，2018 年 01 月

2、参考书：

移动商务理论与务实，王汝林主编，清华大学出版社，2007 年 10 月

《校外综合实习》教学大纲

课程名称：校外综合实习

适用专业：电子商务、物流管理

总学时： 330

一、课程的性质、目的和任务

（一）性质：《校外综合实习》是邦德职业技术学院物流管理专业综合能力训练的实践类专业必修课。本课程以社会为课堂，以实际工作岗位为平台，以综合能力训练为目标，使学生在实际工作中，检验和拓展所学知识和技能，全面提升职业综合素质和实际操作技能。

（二）目的：本课程是为培养优秀的物流人才服务的。通过实习实际了解行业、企业的基本情况以及熟悉具体岗位的业务工作，加深学生对物流管理专业理论知识的理解，进一步训练学生实际操作技能，培养学生分析和解决实际问题的能力，为就业和尽快适应企业工作的需要打下坚实的基础。

（三）任务：通过毕业实习，切实担负实际工作职责，在实际工作中熟悉工作环境和工作内容，检验并拓展所学知识和技能；要学会运用所学知识和技能，解决实际工作中的问题，全面提升实际工作能力；进一步提升思想品德素质、综合业务素质、人文和科学等综合素质，培养职业精神及团队合作和奉献社会的意识。

二、本课程教学的基本内容和要求

通过顶岗实习，学生可以接触社会，了解工作岗位，熟悉工作内容，通过工作实践来检验自己所学的专业知识技能，增强实际操作能力。

（一）综合实习目标

1. 使学生解除和了解社会，体验工作环境，熟悉工作岗位，增强对社会、对工作的适应能力；
2. 使学生了解本职岗位的工作流程、工作内容、工作职责和要求，熟悉本职业业务；

3. 使学生将所学知识和技能运用于实际工作中,并在实际工作中检验并拓展自己的知识和技能。

4. 使学生加强实践锻炼,学习实践技能,提高的本职业务工作的实务操作能力。

5. 使学生学会如何与人交往,提高与人沟通交流、组织协调和合作共事的能力;

6. 通过反馈信息,改进专业课程设置、增强教学管理、全面提升教学质量工作。

综合实习时间

第五学期第五周开始至学期结束,共 11 周。

(三) 综合实习单位

根据物流管理专业特点,综合考虑各种因素,实习采取分散实习与集中实习相结合的方式,以分散实习为主。主要有校企合作单位、来自学校就业办渠道以及家长、老师等推荐以及其他单位,如通过招聘、网络等渠道联系的实习单位。

(四) 综合实习主要内容

1. 学会运用和巩固物流管理专业的基础知识

A. 学会运用所学的物流管理专业基础知识分析和解决实际问题,巩固这些基本知识;

B. 学会运用所学的应用文写作、英语、计算机操作等基础知识,提高实际操作能力;

C. 在实际工作中加强综合素质培养,进一步提升思想品德素质、综合业务素质、人文和科学素质,以及团队合作和奉献社会的意识。

2. 巩固和提高物流管理职业技能和素质

A. 熟悉仓储管理、运输管理、货运代理的基本内容、方法、和特点,提高从事相关工作的实际操作能力。

B. 熟悉物流管理实务过程各环节的操作程序、方法技巧,学会如何进行物流的相关流程的具体操作。

C. 熟悉物流管理实务各领域的工作对象和工作内容,了解不同服务对象的特点、面临的常见问题和需求以及解决实际问题程序、方法和技巧。

3. 拓展物流管理研究和开拓能力

(五) 综合实习保障措施

1. 综合实习动员。综合实习之前,由专业主任、辅导员等组织学生进行综合实

习动员，宣讲综合实习的目的、内容和意义，宣布综合实习任务，明确综合实习的时间，提出综合实习的具体要求。

2. 实习单位提前介入：和实习单位联系对学生进入实习岗位所需要的基本专业技能进行提前培训，并请企业相关人员进行面试技巧和职场规则等方面的培训，让学生掌握一定面试技巧，并对职场建立初步认识。

3. 和家长及时沟通：对于学生在综合实习前及实习中出现的思想问题、不良习惯等和家长及时沟通，让家长参与到此环节中进行监督和督促，两方面共同努力将实习顺得进行。

4. 加强综合实习指导和检查监督。指导教师要与学生保持密切，指导学生开展综合实习；指导教师要到学生实习单位进行巡查和走访，及时了解学生实习的情况，发现问题及时解决。

5. 加强综合实习的管理。班主任需密切跟踪和走访实习学生，随时掌握学生的实习情况，了解学生的思想状况，做好综合实习中的思想工作。

三、学时数分配

第五学期后 11 周，共 330 学时。

四、综合实习成绩的考核

1. 成绩等级：根据学生综合实习情况，成绩分五个等级，即优、良、中、合格、不合格。

2. 成绩评定：由实习单位和学校两方共同进行，实习单位根据学生在企业实习情况给予实习鉴定评语，并给出相应成绩；分院综合实习领导小组结合学生实习表现及实习状态，听取指导老师意见，给予全面综合评议。对因故未能完成实习的学生不予成绩评定。

《毕业实习》课程大纲

课程名称：毕业实习

适用专业：电子商务

总学时： 450

一、课程的性质、目的和任务

（一）性质：本课程是电子商务专业的学生在第六学期的校外毕业实习课程，该课程也是本专业学生在毕业前的一门顶岗实习的课程，通过该门实习课程的训练使学生真正掌握本专业的各项技能。

（二）目的：通过实习实际了解行业、企业的基本情况以及熟悉具体岗位的业务工作，加深学生对电子商务专业理论知识的理解，进一步训练学生实际操作技能，培养学生分析和解决实际问题的能力，为就业和尽快适应企业工作的需要打下坚实的基础。

（三）任务：了解企业概况；知道企业的组织结构、规章制度、工作流程；熟悉具体部门和岗位的业务流程、工作规范、处理方法；熟练掌握相应岗位的操作技能；按照企业要求去做，形成职业能力和初步养成职业素养；具备初步的管理能力；结合实习情况完成实习报告。

二、本课程教学的基本内容和要求

学生可通过顶岗实习，增加和社会的接触，在实习中通过实际工作来检验自己的专业技能，同时锻炼沟通交流、自我约束等能力。

（一）毕业实习目标

1、使学生对社会及职场有比较真实的接触及了解，感受学校环境与社会环境的不同；

2、使学生对本专业知识体系有较为全面的了解，理解本专业在实际应用中的实际情况；

3、锻炼学生知识运用能力和自我学习能力，使其能尽量将所学技能运用到实际岗位中，并根据实习岗位要求自主学习和提升；

4、锻炼学生的交流沟通能力、合作能力以及工作中发现问题、解决问题的能力；

5、加深学生对自我约束能力在企业中重要性的理解；

6、通过反馈信息，改进专业课程设置、增强教学管理、全面提升教学质量工作；

（二）毕业实习时间

第六学期

（三）毕业实习企业

1、校企合作企业；

2、推荐企业：来自校就业办渠道以及家长、老师等推荐

3、其他：通过招聘、网络等渠道

（四）实习主要内容

由企业安排给学生专业的训练。

（五）毕业实习保障措施

1、实习企业提前介入：和企业联系对学生进入顶岗实习岗位所需要的基本专业技能进行提前的培训，并请企业相关人员进行面试技巧和职场规则等方面的培训，让学生掌握一定面试技巧，并对职场建立初步认识。

2、和家长及时沟通：对于学生在毕业综合实习前及实习中出现的思想问题、不良习惯等和家长及时沟通，让家长参与到此环节中进行监督和督促，两方面共同努力将实习顺得进行。

3、班主任密切跟踪、指导老师企业走访：班主任需密切注意学生的实习情况，了解学生的思想状况，同时对学生的的工作变换动向随时掌握；和学生对应的指导老师需一方面和学生保持密切联系，同时要和学生所在的企业保持联系，对学生出现的专业需求给予及时指导。

三、学时数分配

电子商务专业的毕业综合实习于为第六学期，15周，总学时为450学时。

四、考核与评价

1、成绩等级：根据学生综合情况实习情况，成绩分五个等级，即优、良、中、合格、不合格。

2、成绩评定：由企业和学校两方共同进行，企业根据学生在企业实习情况给予实习鉴定评语，并给出相应成绩；分院毕业实习领导小组结合学生实习表现及实习状态，听取指导老师意见，给予全面综合评议。对因故未能完成实习的学生不予成绩评定。

