

# 《电子商务》课程标准

## 一、课程基本信息

课程代码	270326	课程性质	必修课
适用专业	国际经济与贸易	开设学期	第四学期
课程类别	专业基础课	课程类型	B 类
学 分	1.5	总 学 时	28
学时分配	理论学时：14 ； 实践学时： 14		
实施场所	多媒体教室	授课方式	多媒体演示、上机操作
执笔人	高扬		
审核人			
制订时间	2022. 2		

## 二、课程概述

### （一）课程定位

《电子商务》课程是国际经济与贸易专业的专业基础课程之一，同时也是本专业部分课程的基础课程，主要研究和介绍电子商务的基本概念、模式、原理及其应用。学习本课程要求学生熟悉电商运营、数据挖掘。同时，只有在掌握本课程基本原理的基础上，学生才能准备地理解和把握电子商务的内涵及其电子支付、电子法律等其它课程的基本内容。学习电子商务，其重点应放在让学生理解和把握电子商务的基本概念和原理上，为学习其它专业课程打下良好地基础，同时，更应注重学生实际操作能力的培养和锻炼。

### （二）先修后续课程

《电子商务》课程的先修课程是《计算机文化基础》等，通过先导课程的学习，为本课程学习打下良好基础，有利于本课程中学生的操作实践。后续课程为《跨境电子商务》、《商务数据分析》等课程，通过本课程学习，使得后续课程的学习有了坚实的基础，利于对新知识的把握。

## 三、课程目标

（一）总体目标：课程以职场菜鸟成长过程中遇到的电子商务问题为主线，将典型的工作项目贯穿起来，培养学生分析解决就业、工作中的电子商务问题的能力，为学生顶岗实习和职业发展奠定基础。课程旨在培养学生运用网络资源，电子商务推广方法，从事基于移动互联网的营销推广活动，形成APP营销、微营销等职业能力。通过基于企业情境设

计的项目实践锻炼，加深学生对电子商务推广相关知识技能的掌握。

课程以企业实际项目为原型，基于职业教育校企合作共建实训室并转化企业实际任务为教学项目的基本思路进行课程的整体开发。内容设计上遵循移动特色明显、O2O教学模式混合应用、与实际企业项目数据对接紧密、实践实训特点突出等要求。

思政目标：

(1) 培养爱国、敬业的社会主义核心价值观。

(2) 培养学生正确的职业观；培养遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、开拓创新的职业品格和行为习惯。

(3) 培养学生精益求精的工匠精神。

素质目标：

1. 具有良好的团队协作精神、与人沟通交流的能力。（对班级学生实行公司化改造，成立6个项目组，通过课程项目的实施全过程，让学生亲身体会团队配合的重要性，进而锻炼和考察学生的团队协作、沟通交流的能力。）

2. 具有较好的自我学习能力。（不断学习移动商务领域新知识、新案例等，通过不同的途径获取信息，学习新知识的能力。）

3. 具有较强的系统分析问题、解决问题能力及逻辑思维能力。（课程所设计的项目都是现实面临的实践问题，学生通过实施项目建立系统思想和宏观整体分析问题的方法，通过逻辑推理查找问题，进而针对性解决问题。）

4. 具有较好的商务素养，培养诚实守信等职业意识。（项目化教学过程中，将职业意识的培养贯穿始终。）

知识目标：

- (1) 理解电子商务的内涵外延
- (2) 掌握电子商务的常见模式
- (3) 熟悉电子商务的业务流程
- (4) 掌握网络营销方式
- (5) 掌握电商物流方式
- (6) 掌握电商法律法规

能力目标：

能通过实例分析电子商务所带来的影响

能对各种电子商务进行不同分类；

能为指定企业确定电子商务交易模式；

熟练掌握电子商务在各行业的应用；

能熟悉商家的电子商务业务流程（利用淘宝网、QQ、微博、微信等网络资源），并尝试在网上开展电子商务活动；

能注册并使用第三方支付平台（以支付宝为例）；

熟悉电子商务支付业务运作，选择适当方式完成网上支付环节的操作。

能结合所学物流知识为指定企业制定合适的物流配送方案。

结合所学网络营销知识能为指定电子商务网店（产品）进行宣传、推广；

能为电子商务产品制定合适的网络营销策略。

#### 四、课程内容

序号	项目（模块）	工作任务	学时
1	认知电子商务	1. 什么是电子商务 2. 认知电商类型	4
2	透视网络交易		2

3	策划网络营销	1. 做好网络广告 2. 认知自媒体营销 3. 跨境电商营销推广	6
4	解密电商支付		2
5	加速电商物流		2
6	把握电商动向	1. 认知跨境电商 2. 认知移动电商	4
7	遵守电商法律		2
8	开启电商梦想		2
	合计		24

## 五、实训项目设计

编号	实训项目（任务）名称	能力目标	知识目标	素质目标	实施步骤	可展示的结果或考核标准
1	1. 认知电子商务 1.1什么是电子商务	能够说出电子商务对生活、工作、学习的影响	1. 掌握电子商务的概念、内涵和外延	1. 具有良好的团队协作精神、与人沟通交流的能力。 2. 具有较好的自我学习能力。 3. 具有较强的系统分析问题、解决问题能力及逻辑思维能力。 4. 具有较好的商务意识，培养诚实守信等职业素养。	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各学习环节的基本情况。通过性格测试和职业倾向测试，组织学生分组。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置课后作业。	成功的电商平台案例及人物
2.	1.2认知电商类型	能够知道电子商务的主要类型	1. 掌握电子商务的类型容	1. 使学生养成认真负责、精益求精的工作态度；2. 使学生养成积极主动、不畏困	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各学习环节的	电子商务的类型

				难的工作态度；3. 使学生养成广泛沟通、团结协作的工作态度。	基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置作业。	
3	2. 透视网络交易	能够说出电子商务的交易流程	1. 电子商务的交易流程和交易模式	1. 具有良好的团队协作精神、与人沟通交流的能力。 2. 具有较好的自我学习能力。 3. 具有较强的系统分析问题、解决问题能力及逻辑思维能力。 4. 具有较好的商务意识，培养诚实守信等职业素养。	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各环节的基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置作业。	电子商务的交易流程、四流和交易模型
4	3. 策划网络营销 3.1 认知网络广告	能够熟知网络广告的类型	1. 掌握网络广告的主要模式和异同	1. 使学生养成认真负责、精益求精的工作态度；2. 使学生养	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。	网络广告的主要模式

				成积极主动、不畏困难的工作态度；3. 使学生养成广泛沟通、团结协作的工作态度。	介绍各学习环节的基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置作业。	
5	3.2 认知自媒体营销	能够使用微博、微信等自媒体工具	1. 掌握微信公众号的申请； 2. 掌握公众平台后台设置	1. 使学生养成认真负责、精益求精的工作态度；2. 使学生养成积极主动、不畏困难的工作态度；3. 使学生养成广泛沟通、团结协作的工作态度。	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各学习环节的基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置作业。	微博、微信公众号
6	3.3 跨境电商营销推广	能进行速卖通店铺的营销推广	掌握速卖通店铺的营销推广方式	1. 使学生养成认真负责、精益求精的工作态度；2. 使学生养	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教	速卖通店铺的营销推广

				成积极主动、不畏困难的工作态度；3. 使学生养成广泛沟通、团结协作的工作态度。	学方法及课程目标。 介绍各学习环节的基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置作业。	
7	4. 解密电商支付	能熟练使用各种支付工具	1. 理解移动支付分类及技术	1. 具有良好的团队协作精神、与人沟通交流的能力。 2. 具有较好的自我学习能力。 3. 具有较强的系统分析问题、解决问题能力及逻辑思维能力。 4. 具有较好的商务意识，培养诚实守信等职业素养。。	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各学习环节的基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。  3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置作业。	企业支付模式

8	5. 加速电商物流	能选择合适的电商物流类型	掌握电商物流模式	1. 分析实际问题时能够举一反三，增强学生发散性思维能力；2. 培养学生的诚信品质、责任意识、敬业精神。	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各学习环节的基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置作业。	举例说明企业电子商务网站运营策略
9	6. 把握电商动向 6.1 认知跨境电商	能掌握跨境电商的流程	掌握跨境电商的种类和主流平台的应用	能够举一反三，增强学生发散性思维能力。培养学生的诚信品质、责任意识、敬业精神。	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各学习环节的基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。	网络银行的使用方法

					6. 布置作业。	
10	6.2 认知移动电商	能分析移动终端是如何影响消费者购买决策的	1. 了解移动商务的概念、特征；2. 理解移动商务与传统商务的区别	1. 具有良好的团队协作精神、与人沟通交流的能力。 2. 具有较好的自我学习能力。 3. 具有较强的系统分析问题、解决问题能力及逻辑思维能力。 4. 具有较好的商务意识，培养诚实守信等职业素养。	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各学习环节的基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置任务。	电子商务认证技术
11	7. 遵守电商法律	能按照电商法律开展电商活动	1. 电商经营者的范围 2. 跨境电商的主体 3. 电商经营者的义务	1. 具有良好的团队协作精神、与人沟通交流的能力。 2. 具有较好的自我学习能力。 3. 具有较强的系统分析问题、解决问题能力及逻辑思维能力。 4. 具有较好的商务意识，培养诚实守信等职业素养。	1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各学习环节的基本情况。 2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。 3. 教师案例解析，学生讨论。 4. 学生成果展示。 5. 教师评价。 6. 布置任务。	

12	8. 开启电商梦想	能对电商创业做出策划分析	了解电商创业面临的问题	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 具有良好的团队协作精神、与人沟通交流的能力。</li> <li>2. 具有较好的自我学习能力。</li> <li>3. 具有较强的系统分析问题、解决问题能力及逻辑思维能力。</li> <li>4. 具有较好的商务意识，培养诚实守信等职业素养。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 教师介绍本课程教学的组织方式、教学方法及课程目标。介绍各学习环节的基本情况。</li> <li>2. 教师以客户身份布置任务，提出具体要求。</li> <li>3. 教师案例解析，学生讨论。</li> <li>4. 学生成果展示。</li> <li>5. 教师评价。</li> <li>6. 布置任务。</li> </ol>	
----	-----------	--------------	-------------	--	--	--

## 六、课程实施计划

单元	周次	学时	项目（任务）	教学方法手段	教学场所
	1	2	第一次课		
	2	2	1. 认知电子商务 1.1 什么是电子商务	多媒体、 实践练习	教室
	3	2	1.2 认知电商类型	多媒体、实 践练习	教室
	4	2	2. 透视网络交易	多媒体、实 践练习	教室
	5	2	3. 策划网络营销 3.1 认知网络广告	多媒体、实 践练习	教室
	6	2	3.2 认知自媒体营销	多媒体、实 践练习	教室
	7	2	3.3 跨境电商营销推广	多媒体、实 践练习	教室
	8	2	4. 解密电商支付	多媒体、实 践练习	教室
	9	2	5. 加速电商物流	多媒体、实 践练习	教室
	10	2	6. 把握电商动向 6.1 认知跨境电商	多媒体、实 践练习	教室
	11	2	6.2 认知移动电商	多媒体、实 践练习	教室
	12	2	7. 遵守电商法律	多媒体、实 践练习	教室
	13	2	8. 开启电商梦想	多媒体、实 践练习	教室
	14	2	最后一次课	多媒体、实 践练习	教室

## 七、课程考核

(1) 本课程实施过程考核评价方式，也可根据实际情况采用试卷考核。

(2) 建立职业能力综合评价体系，以目标水平为主，阶段成绩为辅，结合课外作业、学习态度以及本人课程学习中职业技能的提高程度进行综合评价。

(3) 强调目标评价和过程评价相结合，注重作业过程、方法步骤的正确性，加强实践性教学环节的考核，注重平时成绩记录。

考核项目		考核内容	考核方式	考核比例
过程性环节	学习态度	根据作业完成情况，课堂回答问题，由教师综合评定学习态度的得分	教师记录	20%
	课堂实践	根据学生完成情况由学生自评，他人评价，老师评价组成	教师记录	20%
终结性环节	项目报告/试卷考核	根据发布的任务，学生完成项目总结报告（试卷考试），教师进行考核	教师记录	60%

## 八、课程实施条件

### 1. 教学环境

多媒体教室、跨境电商实训基地；

### 2. 设备要求

教学条件基本要求

序号	名称	基本配置要求	功能说明
1	多媒体教室	投影仪一台、教学用计算机一台等	演示，讲授教学内容
2	跨境电商图文营销实训室	硬件：局域网环境，可访问广域网，多媒体计算机。 软件：Windows 操作系统、Photoshop CS	实训练习； 访问电子商务平台

### 3. 师资队伍要求：

课程团队中专任教师要求为“双师”型教师，具有跨境电商相关知识和跨境平台实操经验；兼职教师要求有5年以上的跨境电商平台相关实践经验，主要承担课程校内实训教学任务和校外实训指导。

教学场所要求：国际商务实训室

## 九、课程资源

### （一）教材选用及编写情况

#### 自编教材：

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

#### 参考书：

- [a] 张健,尹志洪. 电子商务概论[M]:华中科技大学出版社, 2018
- [b] 吴会杰. 电子商务概论（第二版）[M]西安交通大学出版社, 2016
- [c] 陈德人. 电子商务概论与案例分析（第2版）[M]人民邮电出版社, 2020
- [d] 李维宇. 电子商务概论（第二版）[M]清华大学出版社, 2019
- [e] 单继周. 电子商务概论[M]北京师范大学出版社, 2020
- [f] 相广萍. 电子商务概论[M]人民邮电出版社, 2020

#### 学习网站：

- (1) 山东公众电子商务网 <http://www.ec-net.com.cn>
- (2) 君思电子商务世界 <http://www.juns.com>

- (3) 电商学院 <http://www.ebtimes.com>
- (4) 厦门电子商务中心 <http://www.xmec.com>
- (5) 阿里巴巴 [www.alibaba.com.cn](http://www.alibaba.com.cn)
- (6) 当当网 [www.dangdang.com](http://www.dangdang.com)
- (7) 21 世纪网站 [www.ec21cn.com](http://www.ec21cn.com)
- (8) 搜狐 [www.sohu.com](http://www.sohu.com)
- (9) 快网 [www.kuww.net](http://www.kuww.net)

## (二) 课程建设情况

在校课程平台课程框架清晰，资源丰富并不端更新完善中。

## (三) 实训平台资源

淘宝网、拼多多、微信

# 十、需要说明的其他问题

## 1. 课程设计的职业性

职业是个体社会生存的载体；职业是个体接受教育的结果。职业教育的“专业”不是对学科体系专业分类的简单复制，而是对真实的社会职业群或岗位群所需的共同知识、技能和能力的科学编码。我们从学生职业能力培养上着眼，重构课程体系，突出职业能力培养主线，为其获得更有效的岗位职业资格创造条件。

## 2. 课程设计的实践性

以就业为导向、以能力为本位的职业教育，必须构建基于工作过程的课程体系。学生作为学习的行动主体，必须以职业情景中的行动能力为目标，以基于职业情景的行动过程为途径，以师生及生生之间互动的合作行动为方式，以综合专业能力、方法能力、社会能力的行动实践能力为评价目标。我们从岗位工作氛围上着手，突出“基于工作过程”理念，营造真实岗位工作氛围，使学生学习与工作“零接近”。

## 3. 课程设计的开放性

奉行“工学结合、合作学习”的教育观，实行“全员参与，共同评价”的开放式教学管理模式。在教学观念、教材内容、学习方式、作业练习、绩效评价和教师心态等方面，给师生提供更多选择的机会和更大创新的空间，努力打造电子商务精品课程资源，实现电子商务时代“7x24小时”的全新学习理念。

## 4. 课程设计的同步性

社会发展日新月异，技术在不断推陈出新，本课程从行业动态上着想，深化校企合作，结合行业动态，使现有的教学资源打破静态变为动态，紧跟社会需求的变化，使课程开发与行业发展同步，从而培养出高质量的应用型人才。

## 5. 课程考核的能力性

在对高职高专的课程体系重构的基础上，打破原有的建立在学科体系基础上的以“终结性”考试为主的教学评价模式，建立以能力考核为中心、以过程考核为基础的考核评价体系。

《电子商务》课程体系的考评，充分考虑企业和行业的评价，突出能力目标，引导“学训”一体化。

# 十一、本课程常用术语中英文对照表

Cross-border e-commerce:	跨境电商
Business Information:	商务信息
Consumer Online:	网络消费者
Product Strategy:	产品策略
pricing strategy:	定价策略
Internet marketing tools:	跨境电商工具
Search Engine Marketing:	搜索引擎营销
online advertising:	网络广告
Network promotion plan:	网络促销方案
Competitors:	竞争对手
potential customers :	潜在客户

Network brand: 网络品牌

blog: 博客

WeChat: 微信