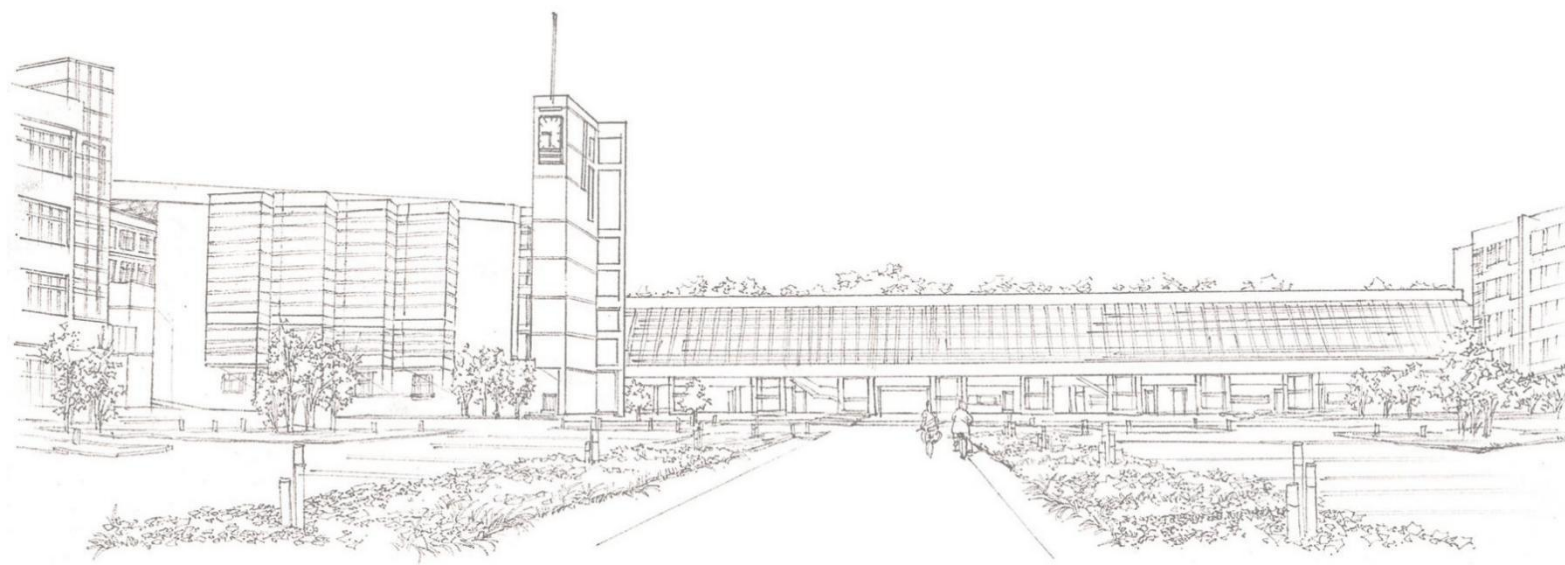




日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《电子商务实务》课程标准

商学系



《电子商务实务》课程标准

一、课程基本信息

课程代码	270108	课程性质	必修
适用专业	电子商务	开设学期	第2学期
课程类别	专业基础课	课程类型	A类（理论课）
学 分	4	总 学 时	64
学时分配	理论学时：50；实践学时： 10		
实施场所	多媒体教室	授课方式	多媒体模式
执笔人	封林慧		
审核人	张勇		
制订时间	2024.01		

二、课程概述

（一）课程定位

1. 岗位分析：

本专业学生的职业领域主要涉及工业企业、商业企业和现代服务业等中、小型企业。

本专业毕业生的岗位晋升梯次：一线人员——班组长——经理

电子商务专业岗位群

职业领域	岗位面向	主要就业岗位	相关就业岗位
1. 人力资源管理 2. 连锁经营管理	初始就业岗位	人力资源管理专员	人力资源部招聘专员、培训专员

3. 创业		门店运营专员	采购专员、客户服务员
		创业者	部门负责人
	发展就业岗位	人力资源管理主管	人力资源经理助理
		店长助理	业务主管及柜组长
		私企老板	CEO

工作任务与职业能力分析

序号	岗位	主要职责	核心能力
1	人力资源管理	员工招聘	招聘的计划、组织、协调
2		员工培训	培训的计划、组织、协调
3		绩效与薪酬管理	薪酬调研到薪酬管理制度制定
4	门店综合管理	门店选址流程和商圈调查	选址管理
5		开业设计和开业流程管理	开业管理
6		门店设计	门店设计
7	创办企业	创立企业	市场调查, 数据分析, 经营方案等
8		经营企业	计划、组织、领导、控制

2. 课程分析:

《电子商务实务》是一门管理类专业的专业平台课程,是致用之学。本课程与普通高校、中职(高职)、培训班相关课程的异同。

(1) 本课程与普通高校相关课程的异同

注重理论。通过学习，学生能懂得与有关的理论知识，但是针对各个业务环节的操作动手能力差。

(2) 本课程与中职相关课程的异同

理论知识和操作知识都较浅，只针对员级岗位，培养出来的学生无法胜任更高级的工作岗位。

(3) 本课程培训班相关课程的异同

只针对某一个技能点进行培训，知识缺乏系统化，学生缺乏整体认识。

三、课程目标

本课程通过问题导向，任务驱动，实施线上与线下学习相结合、理论与实践学习相结合，让学习了解新现象、看懂新模式、掌握新技术，形成好的思维方式、具备电商基本技能、防范电商潜在风险、把握电商发展新方向，达成认识电子商务、爱上电子商务、开始电子商务的目标，并且**推进课程思政建设，发挥好本课程的育人作用，将价值塑造、知识传授和能力培养三者融为一体。**

(一) 思政目标

1. 提高个人的爱国、敬业、诚信、友善修养，自觉把小我融入大我，不断追求国家的富强、民主、文明、和谐和社会的自由、平等、公正、法治，将社会主义核心价值观内化为精神追求、外化为自觉行动。

2. 具有遵规守纪的意识，能够遵守信息和电子商务方面的法律法规，遵守道德规范，懂得合法使用信息资源和开展商务活动，自觉抵制不良信息，注意保护个人、他人的信息隐私。

3. 注重学思结合、知行统一，在实践中“敢闯会创”，增强勇于探索的创新精神、善于解决问题的实践能力，增强创新精神、创造意识和创业能力。

4. 了解电子商务行业领域的国家战略、法律法规和相关政策，深入社会实践、关注现实问题，具备经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。

(二) 知识目标

1. 掌握电子商务基本概念、特点、类型，以及发展历程及趋势；

2. 理解电子商务系统框架、平台运营、在线支付、供应链等基本原理；

3. 掌握电子商务法律法规、安全基本特点和电商安全管理方法；
4. 理解电子商务智能化营销特点；
5. 掌握电商购物的一般方法和技巧；
6. 掌握常见平台网店的开设要求与方法；
7. 掌握微商的概念、发展现状与商业模式分类；
8. 掌握微商盈利方式和微店的开设方法；
9. 掌握百度营销、微博营销、微信营销、短视频营销、直播营销等方法和技巧；
10. 掌握大数据思维、增长思维、成长等思维方式特点；
11. 掌握新零售的定义、本质及未来发展趋势；
12. 掌握跨境电商概念、特点、类型与典型平台；
13. 理解跨境电商支付原理，以及跨境电商物流方式；
14. 理解农村电商的概念、特点、方式，以及技巧与方法；
15. 掌握移动电子商务概念、应用领域、发展历程和趋势；
16. 掌握社交电子商务概念、主要模式、发展历程和趋势；
17. 理解 5G 对电子商务促进作用，以及 VR、AR 的应用；
18. 掌握大数据、物联网、人工智能快速发展的特点和趋势；
19. 理解大数据、物联网和人工智能在电子商务中的应用现状与趋势。

（二）能力目标

1. 能深刻认识电子商务的含义，辩证看待“电子”和“商务”之间的关系，准确把握电子商务的内涵，形成自己的独到见解。
2. 通过分析电子商务发展和技术应用，以及未来趋势分析，能批判性思考其必然性和影响因素，为未来把握创业机遇奠定思维基础。
3. 能够对常见的电子商务进行分类判断，认识不同交易类型，对未知领域产生创新意识和判断，为今后创业的选择做好准备。
4. 能深刻认识电子商务给人们生活带来变化的原因，以及常见的电子商务盈利模式，具备思考商业模式和盈利模式的意识。
5. 能分析电子商务系统组成要素和框架结构，以及主要技术的特点。
6. 能针对学习电子商务涉及的法律问题提出个人的看法，能做到学好用好

《电子商务法》，能分析判定违规行为。

7. 能根据自己的实际需要，开通个人网上银行业务，并能深入分析微信支付、支付宝等第三方支付平台的逻辑。

8. 能根据自己的实际需求，选择合适的平台购物、关注电子商务物流动态、看懂卖家的定价策略和营销手段。

9. 能运用电子商务安全的方法与技术，提高对个人和他人隐私数据的保护意识和风险防范意识。

10. 能够根据自己的实际需求选择合适的电子商务平台，识别常见的促销陷阱，运用巧妙购物的方法。

11. 能够选择合适的商品进行网络创业，为自己网店创业做好准备。

12. 能够分析微商平台的特点和商业模式、开店流程、基本操作，根据自己的需求选择合适的微商平台进行创业。

13. 能够分析网络营销主流平台的特点及区别，对形成自己的认知，为自己从事网络营销工作打下基础。

14. 能够将大数据思维和增长思维灵活应用于生活实际，分析电子商务领域的一些现象，指导自己的创业决策。

15. 能够从“人”的角度理解新零售，用新零售的思维模式看懂电子商务行业的发展趋势。

16. 能够准确研判哪些是共享经济、对共享经济的未来发展趋势形成自己的观点。

17. 能够通过不同途径，获取相关的跨境电商创业参考信息，能为跨境电商创业支付提出设计方案，以及对比分析典型跨境电商平台。

18. 能够将农村电子商务应用到当前国家精准扶贫的战略中进行分析，对目前存在的问题和今后发展提出个人见解。

19. 能够将智慧生活应用于专业学习和未来就业、创业中，总结和分析生活中移动电子商务的应用。

20. 能够分析社交电子商务的未来发展趋势，准确研判未来发展中需要解决的问题，为可能从事的社交电子商务创业奠定基础。

21. 能为迎接“5G+电子商务”的到来储能，能预测 AR 和 VR 对电子商务产生

的影响。

22. 能够判断大数据、物联网、人工智能等技术对电子商务发展的影响，并提出个人见解。

（四）素质目标

1. 具有信息意识，能够根据学习和工作的实际需要，自觉主动地寻求恰当方式获取信息，分析数据所承载的信息。

2. 具有合作意识，在合作解决问题过程中，能与团队共享信息，实现信息的更大价值。

3. 具有互联网思维，能够运用信息技术的思想方法，界定问题、抽象特征、建立模型、组织数据，应用互联网的方法与技巧，迁移运用到相关问题的解决中。

4. 具有创新意识，能开展自主探究、协作开展电子商务实践训练和创新创业实践。

5. 具有数字化学习意识，能综合运用数字化学习资源与工具，自主或协作完成学习任务。

四、课程内容

根据知识目标和能力目标，本课程设置了4个教学内容模块，每个模块又由若干个任务组成，单项任务能力目标的实现即可获得相应的能力。

课程模块设计

名称	内容	课时
认识电子商务	电子商务的概念和分类，产生和行业新应用，系统的组成和一般框架以及法律环境、互联网的基础和物联网技术。	12
交易模式	B2C、C2C、新零售的概念和框架，B2B 电子商务，跨境电子商务，闻了一下的策略。	18
关键环节	电商安全技术和管理，电子支付工具，第三方支付与移动支付等，互联网金融，电子商务物流，配送与供应链管理，客户关系管理和应用。	24
最新应用	移动电子商务，移动网点，跨境地位物流。	10

任务模块设计

认识电子商务	1: 电子商务的基本概念和分类
	2: 电子商务的产生和行业新应用
	3: 电子商务系统的组成及一般框架
	4: 电子商务的法律环境
	5: 互联网基础
	6: 物联网等新兴技术
交易模式	7: B2C 电子商务
	8: C2C 电子商务
	9: 新零售概述
	10: 新零售的框架
	11: 新零售的商业模式
	12: B2B 电子商务概述
	13: 跨境电子商务
	14: 网络营销策略与网络广告
	15: 常用的网络营销方法
关键环节	16: 电子商务安全的内涵
	17: 电子商务安全技术
	18: 电子商务安全管理
	19: 电子支付概述
	20: 电子支付工具、网上银行与手机银行
	21: 第三方支付与移动支付
	22: 互联网金融
	23: 电子商务物流
	24: 电子商务配送与供应链管理
	25: 客户关系管理概述
	26: 电子商务客户关系管理
	27: 客户关系管理系统及应用
最新应用	28: 移动电子商务
	29: 移动网店
	30: 跨境电商概述
	31: 跨境电商物流与支付
	32: 主要的跨境电商平台

课程内容与课时分配

学习内容及课时分配				
教学项目	学习任务	知识要求	技能要求	教学时数
项目一 认识电子商务	任务 1: 电子商务的基本概念和分类	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解电子商务的分类和功能。 2. 掌握电子商务的概念和电子商务一般框架。 3. 熟悉电子商务的法律和税收环境。 4. 了解电子商务的产生、发展和行业应用。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够清晰地描述电子商务在某一行业中的应用状况。 2. 能够举例描述电子商务的分类及各类的应用情况。 	8
	任务 2: 电子商务的产生和行业新应用			
	任务 3: 电子商务系统的组成及一般框架			
	任务 4: 电子商务的法律环境			
	任务 5: 互联网基础	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解物联网等新兴技术。 2. 掌握互联网技术的应用。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握互联网的应用。 2. 了解物联网、云计算、大数据、人工智能等新兴技术的应用。 	4
	任务 6: 物联网等新兴技术			
项目二 交易模式	任务 7: B2C 电子商务	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解 B2C 电子商务的模式 2. 熟悉 B2C 电子商务的赢利模式与成功的关键。 3. 重点掌握 C2C 网上开店的流程。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能熟练进行网上购物, 学会网上支付。 2. 能够举例分析不同 B2C 网站的经营模式。 3. 能够熟练地在淘宝网上开设和运营自己的店铺, 并将拍卖的相关知识应用于淘宝店铺的运营中。 	4
	任务 8: C2C 电子商务			
	任务 9: 新零售概述			
	任务 10: 新零售的框架	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解推动新零售发展的因素。 2. 掌握新零售的概念。 3. 掌握新零售的系统框架及变革的模式。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够举例分析传统企业布局新零售和互联网企业布局新零售的优势和劣势。 2. 能够清晰地描述典型的互联网企业新零售的模式。 	6
	任务 11: 新零售的商业模式			

项目三 关键环节	任务 12: B2B 电子商务概述	1. 了解 B2B 的相关知识、水平 B2B 和垂直 B2B 的区别。 2. 重点掌握基于第三方平台的 B2B 交易和 B2B 的交易过程。	1. 学会在采购商网站上进行网上招投标。 2. 学会在一些中介网站上进行网络采购和网络销售, 并进行沟通和交易。	4
	任务 13: 跨境电子商务			
	任务 14: 网络营销策略与网络广告	1. 掌握网络营销的含义及网络营销的职能。 2. 了解网络市场调研的方法。 3. 熟悉网络营销策略的应用与网络广告的形式。 4. 掌握常见的网络营销方法。	1. 能够写出网络市场调研报告。 2. 学会运用网络营销策略为企业制订网络营销方案。 3. 学会运用网络营销方法为企业做产品或网站推广。	4
	任务 15: 常用的网络营销方法			
	任务 16: 电子商务安全的内涵	1. 了解电子商务面临的安全威胁, 明确电子商务对安全性的要求。 2. 熟悉应用保障电子商务安全的方法与技术, 以保证电子商务活动的顺利进行。	1. 能够对 Office 文档加密, 实现文件保护。 2. 学会应用计算机端和移动端的日常安全防范措施。	6
	任务 17: 电子商务安全技术			
	任务 18: 电子商务安全管理			
	任务 19: 电子支付概述	1. 了解电子商务的支付系统和电子货币对传统货币的影响。 2. 掌握供应链金融的模式 3. 掌握如何应用网上银行与第三方支付平台完成电子商务交易。	1. 能够使用网上银行完成在线支付。 2. 能够使用支付宝进行计算机端和手机端的支付结算, 并使用其增值服务。	8
	任务 20: 电子支付工具、网上银行与手机银行			
	任务 21: 第三方支付与移动支付			
任务 22: 互联网金融				
任务 23: 电子商务物流	1. 熟悉电子商务配送流程。 2. 熟悉供应链管理的方法 3. 掌握电子商务物流的实现模式。	1. 能够举例说明电子商务企业开展物流活动的方式。 2. 通过参观等方式了解电子商务配送的详细过程。	4	
任务 24: 电子商务配送与供应链管理				

	任务 25: 客户关系管理概述	1. 掌握客户关系管理的概念和内涵。 2. 了解客户关系管理系统的组成。 3. 重点掌握电子商务客户关系管理的内容与企业应用。	1. 能够运用客户关系管理的管理理念和技术解决企业管理问题。 2. 能够分析企业客户关系管理的应用情况, 能为该企业的客户关系管理提出合理化建议。	6
	任务 26: 电子商务客户关系管理			
	任务 27: 客户关系管理系统及应用			
项目四 最新应用	任务 28: 移动电子商务	1. 掌握移动电商的概念和特点。 2. 了解移动电商的关键技术和应用。 3. 掌握移动营销的方式和微店的类型。	1. 能够使用工具生成二维码。 2. 熟悉移动购物, 并能利用微信等工具进行移动营销。	4
	任务 29: 移动网店			
	任务 30: 跨境电商概述	1. 掌握跨境电商的含义和分类。 2. 了解跨境电商的物流模式和支付方式, 掌握跨境物流的通关流程。 3. 了解跨境电商的主要平台。	1. 学会选择跨境物流方式和支付方式 2. 学会跨境电商平台的注册流程	6
	任务 31: 跨境电商物流与支付			
	任务 32: 主要的跨境电商平台			
共 计				64

五、实训设计

编号	任务) 名称	素质目标	知识目标	能力目标	实施步骤	可展示的结果或考核标准
1	认识电子商务的基本模式	培养电商意识	初步认识电子商务的B2B、B2C、C2C等不同交易模式。	掌握不同行业电子商务的应用情况	1.分类搜索了解各行业电子商务的应用情况，至少选择一个行业来详细分析。 2.分别进入京东（或当当）商城、阿里巴巴、淘宝网，浏览首页的主要内容和功能、所经营的产品、购物搜索引擎的使用及查询特点、支付方式、物流配送等等进行详细的分析比较，	PPT 展示结果
2.	B2C 网上购物步骤与网站分析	对购物步骤初步了解	理解网上商店的结构特点。	掌握网上购物的运作环节。	1. 熟悉电子商务网站的结构功能 2. 查询、选择购买商品和查询订货状态	调查报告，字数不少于 300 字
3	网上竞买、网上开店的流程和技巧	培养开店创业的意识	掌握竞买的操作技巧。熟悉拍卖中心的构成和特点。	重点掌握开设网店的操作和拍卖的技能。	学生分组完成，然后学生讲解，老师总结。	成本分析图表练习题

《电子商务实务》实训评分表

序号	评分标准	各个分项所占比例	评分
1	相关原理的阐述	15%	
2	相关数据查找的详细程度	15%	
3	举例的丰富程度及其说服力	15%	
4	得出结论是否清晰和可信	15%	
5	PPT制作水平和表述的流畅程度	15%	
6	团队合作精神	15%	
7	回答问题的数量和态度	10%	
	合计	100%	

七、课程考核

1、考核要求

- (1) 采用过程与项目作业评价相结合的方式，注重课程提问、业务操作、课后报告、汇报交流等环节的评价，注重理实一体化的评价方式；
- (2) 强调过程化的评价方式；
- (3) 注重学生的创新能力培养，充分发挥学生的主动性和创造力；
- (4) 注重考核学生的职业素养的培养。

2、考核内容

序号	成绩类型	分值（分）	比例（%）
1	平时成绩	100	20%
2	课程实践项目成绩	100	60%
3	综合作品成绩（期末）	100	20%

总计	100
----	-----

(1) 平时成绩

考核学生课堂出勤情况、课堂纪律、提问和是否早退、学习积极性等，按 20%比例折算到课程总成绩中。

序号	评价内容	考核目标	考核分值
1	考勤	课堂出勤情况，是否迟到，早退等	50
2	课堂提问	课堂上积极提问，气氛活跃	15
3	课堂或课外交流	在学习中能积极准确地表达自己的情感、态度和价值观。课堂上，师生之间配合默契，课堂教学环境和谐，能充分感受到“思想自由”	15
4	自主学习意识	在学习中能够主动了解职业要求，并充分利用各种学习资源，提升自己的职业能力	20

八、课程实施条件

师资队伍要求

教师	职称	角色	任务
封林慧	助教	主讲	课程的整体设计和单元讲授
张勇	副教授	辅助	课程宏观咨询
李萍	讲师	辅助	课程技术顾问

教学场所要求

1. 要求多媒体教室，设备运行良好。
2. 有多媒体播放设备，音箱等完备系统。

九、课程资源

1、**教材：**干冀春主编《电子商务理论与实务》（第3版），北京理工大学出版社

2、**参考资料：**

《电子商务实务》，陈德人，高等教育出版社。

《电子商务概论》，宋文官，高等教育出版社。

3、**网络资源**

“国际电子商务网”、“电子商务师”、“电子商务加油站”、“电子商务论坛”

“电子商务在中国”、“中国信息经济学会电子商务专业委员会”、

“高校数字认证”、“陕西省数字认证中心”、“中国物流网”、“中国电子商务法律网”、“实训条件”

附件 1 课程实训项目开设及耗材使用明细

编号	课程实训项目名称	实训类型	实训要求	实训类别	每组人数	循环次数	计划学时	对应专业	使用耗材名称及数量			
									耗材名称	计量单位	数量	型号、规格或标准要求
1	认识电子商务的基本模式				6	3	1	电商	联想 扬天 T4900d	台	8	i7 7700/8GB/1TB/2G 独显 /DVD
2	B2C 网上购物步骤与网站分析				6	3	1	电商	索尼 MP3 播放器	个	1	索尼 UX560F
3	网上竞买、网上开店的流程和技巧				6	3	2	电商	双盘位移动硬盘盒	个	2	优越者硬盘底座 usb3.0 2.5/3.5 英寸 sata 双盘位移动硬盘盒
4					6	3	1	电商	话筒	个	1	先科 (SAST) OK-30

十一、**教学材料**（指教材或讲义、参考资料、所需仪器、设备、教学软件等）

1、**教材**：干冀春主编《电子商务理论与实务》（第3版），北京理工大学出版社

2、**参考资料**：

《电子商务实务》，陈德人，高等教育出版社。年9月第1版。

《电子商务概论》，宋文官，高等教育出版社。

3、**网络资源**

“国际电子商务网”、“电子商务师”、“电子商务加油站”、“电子商务论坛”

“电子商务在中国”、“中国信息经济学会电子商务专业委员会”、

“高校数字认证”、“陕西省数字认证中心”、“中国物流网”、“中国电子商务法律网”、“实训条件”

十二、本课程常用术语中英文对照

电子商务，英文名 ElectronicCommerce，简称 EC。

B2B 模式，BusinesstoBusiness-企业对企业

B2C 模式，BusinesstoCustomer-企业对个人

C2C 模式，CustomertoCustomer—个人对个人

SEM: SearchEngineMarketing 的缩写，意即搜索引擎营销。

EDM: ElectronicDirectMarketing 的缩写，就是电子邮件营销。

CPS: CostPerSales 的缩写,即销售分成。

CPA: CostPerAction，每次动作成本

CPM: (CostPerMille，或者 CostPerThousand; CostPerImpressions)每千人成本。

CPC: (CostPerClick; CostPerThousandClick-Through)每点击成本。

ROI: ReturnOnInvestment 的缩写，投资报酬率。

SEO: SearchEngineOptimization 的缩写，搜索引擎优化。

转化率: ConversionRate 的缩写，是指访问某

UV: UniqueVister 的缩写，独立访客。

AdWords: Google 的关键词竞价广告。

Alexa: Alexa.com 是专门发布网站世界排名的网站

Compression 压缩

Decompress 解压

Unzip 解压

TCP 传输控制协议

IP 互联网协议

Email 电子邮件