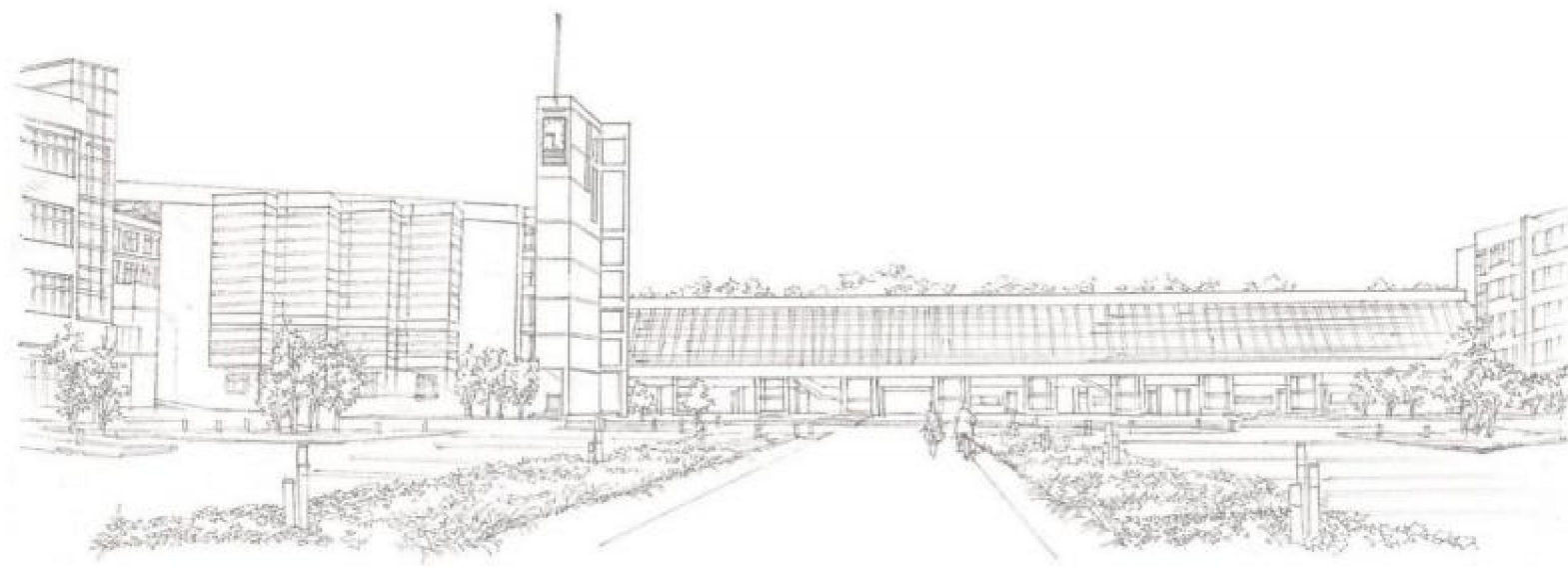




日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《互联网产品开发》课程标准

商学系



课程代码： 270395



互联网产品开发 课程标准

执笔人：薛梅

系 部：商学系

《互联网产品开发》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	互联网产品开发	课程代码	270395
课程性质	必修	课程类型	理实一体
课程类别	专业课	开设学期	第一学期
总学时	56	学分	3
适用专业	电子商务		
学时分配	56		
执笔人	薛梅	审核人	申作兰
制定时间	2026. 03		

二、实训课程简介

本课程是电子商务专业的核心专业课，是从事电商产品经理、电商运营、产品策划等工作的必修课程。课程以“产品思维”为核心，将电商运营与产品开发理念深度融合，培养学生从用户需求出发，完成电商产品从0到1的全流程设计与运营能力。

通过本课程的学习，旨在让学生掌握电商产品开发的核心方法论，包括用户洞察、竞品分析、产品设计、详情页策划、店铺搭建、数据运营等全链路知识与技能。课程采用“真实开店、实战运营”的教学模式，学生将以小组形式完成从用户画像到店铺上线的完整项目，在实战中培养产品思维、数据思维和商业敏感度，为学生未来从事电商产品经理、电商运营、新媒体营销等岗位打下坚实基础。

课程深度融合乡村振兴战略，将日照本地特色农产品（日照绿茶、五莲樱桃、潘家庄煎饼等）和非遗文化（日照农民画、黑陶等）作为实战项目载体，引导学生用互联网产品思维赋能地方经济发展，培养知农爱农、服务乡村的情怀。

三、课程目标

（一）知识目标

- 了解互联网产品的定义与分类；理解电商产品的特殊性；熟悉产品经理的职责与能力模型；掌握电商产品开发的完整流程。
- 理解用户画像的概念与价值；掌握用户需求调研的方法（访谈、问卷、观察）；熟悉用户痛点分析与场景化描述方法。
- 了解电商平台的流量分发逻辑（搜索、推荐、内容）；掌握竞品分析的维度与方法；熟悉主流数据分析工具（生意参谋、飞瓜数据等）的基本功能。
- 掌握电商详情页的策划要点（FABE法则、AISAS模型）；了解主图、详情页、海报的设计原则；熟悉图片处理工具（Canva、Photoshop）的基本操作。
- 了解主流电商平台（淘宝、拼多多、抖音小店、微信小店）的开店流程与规则；掌握商品上架、标题优化、SKU设置、运费模板等基础操作。

6. 理解AARRR模型（获客-激活-留存-变现-推荐）的内涵；掌握新媒体内容（图文、短视频）的创作方法；了解社群运营的基本策略。
7. 熟悉电商核心数据指标（浏览量PV、点击率CTR、转化率CVR、客单价、复购率等）；掌握数据诊断与优化的基本方法。
8. 了解商业模式的构成要素；掌握路演PPT的结构设计与演讲技巧。

（二）能力目标

1. 能独立完成目标用户的画像构建，通过访谈和问卷获取真实用户需求，形成用户需求卡片。
2. 能运用竞品分析方法，对3个以上对标店铺/商品进行拆解，输出《电商竞品分析报告》。
3. 能使用Canva等工具，独立完成5张主图、1份详情页长图、1张店铺首页海报的设计制作。
4. 能完成主流电商平台的店铺注册与商品上架，确保店铺可正常访问、商品可正常购买。
5. 能根据产品特点策划冷启动方案，在小红书/抖音等平台发布至少1条种草内容，并完成效果复盘。
6. 能基于真实/模拟数据，对店铺问题进行诊断，提出主图、标题、详情页等优化方案。
7. 能完成《电商产品化运营方案》PPT的制作与路演，清晰阐述项目价值与成果。
8. 能运用产品思维解决真实问题，为地方特产设计互联网营销方案。

（三）素质目标

1. 能够在产品设计与运营中遵循互联网内容发布规范和平台规则，弘扬社会主义核心价值观。
 2. 能够在产品推广过程中遵守网络营销行为规范，杜绝虚假不实、夸张宣传的内容传播。
 3. 能够在产品开发工作中培养严谨认真、实事求是、精益求精的职业道德。
 4. 能够在用户运营中树立正确的用户价值观，传播正能量，保护用户隐私。
- 5. 能够在团队协作中培养沟通能力、领导力和责任感。**

（四）思政目标

1. 能够在产品设计与运营中坚持社会主义核心价值观，注重合理引导消费，不设计明显不利于消费者的促销组合。
2. 培养专业主义的职业道德和精益求精的工匠精神，把握法律制度约束以外的是非观念与善恶分辨的标准。
3. 具备数据保密意识，能规范合法地获取和处理用户数据，尊重用户隐私。
4. 提高法律意识，重视知识产权，关注图片版权、字体版权，避免产生纠纷。
5. 提高民族自信，推动民族文化，提升国潮风高端审美培养，将中华优秀传统文化元素融入产品设计。
6. 职业教育本土化，推动当地经济发展，将五莲特产水果、日照茶叶、民宿与非遗文化融入课程实践，用真实项目带动课程进度。
7. 关注平台发布规则，严守伦理底线，不造谣、不信谣、不传谣。
8. 提倡制作有价值、有正能量的内容，抵制低俗、负情绪、违背伦理的内容。
9. 尊重原创，打击盗版，规范二次创作标准，培养版权意识。
10. 挖掘数据本质培养数据思维，通过真实项目数据洞察用户需求，提升商业洞察力。
11. 在产品设计中体现利国利民再利己原则，做有故事、有情怀、有温情爱意、传播社会正能量的产品。

四、课程实训项目设计(30课时)

模块	主要内容	知识目标	技能目标	教学方法	实践课时
电商产品思维启蒙	1. 互联网产品定义与分类 2. 电商产品的特殊性 3. 产品经理的职责与能力模型 4. 用户画像与需求调研方法 5. 用户需求卡片制作	1. 了解互联网产品的定义与分类 2. 理解电商产品的特殊性 3. 熟悉产品经理的职责与能力模型 4. 掌握用户画像的概念与价值 5. 掌握用户需求调研的方法	1. 能清晰分辨不同类型的互联网产品 2. 能完成目标用户的画像构建 3. 能通过访谈/问卷获取真实用户需求 4. 能输出《用户画像与需求卡片》	讲授 讨论或座谈 问题导向学习 分组合作学习 任务驱动学习 项目实战演练	5
市场分析与竞品拆解	1. 电商平台流量逻辑 2. 竞品分析维度与方法 3. 数据分析工具使用 4. 用户评价分析方法 5. 竞品分析报告撰写	1. 理解电商平台流量分发逻辑 2. 掌握竞品分析的维度与方法 3. 熟悉主流数据分析工具功能 4. 了解用户评价分析方法 5. 掌握竞品报告的结构	1. 能运用竞品分析方法拆解对标店铺 2. 能使用数据分析工具获取竞品数据 3. 能分析100条以上用户评价提炼洞察 4. 能输出《电商竞品分析报告》	讲授 讨论或座谈 问题导向学习 分组合作学习 任务驱动学习 项目实战演练	5
电商产品设计与开发	1. 高转化详情页策划（FABE法则） 2. 主图与视频创作 3. 图片设计工具使用 4. 视频剪辑工具使用 5. 电商素材评审与优化	1. 掌握FABE法则的内涵与应用 2. 了解高点击主图的设计套路 3. 熟悉Canva等设计工具功能 4. 了解剪映等剪辑工具功能 5. 掌握电商素材的评审标准	1. 能运用FABE法则策划详情页 2. 能完成5张主图的设计制作 3. 能完成1份详情页长图的设计 4. 能完成1张店铺首页海报设计 5. 能根据反馈优化视觉素材	讲授 讨论或座谈 问题导向学习 分组合作学习 任务驱动学习 项目实战演练	5
店铺搭建与运营实战	1. 主流电商平台开店流程 2. 商品上架与标题优化 3. SKU设置与运费模板	1. 掌握主流平台的开店流程与规则 2. 掌握标题关键词组合技巧 3. 了解SKU设置与运费模板逻辑 4. 熟悉店铺装修的基本要素	1. 能完成店铺注册与认证 2. 能完成商品上架全流程操作 3. 能完成店铺首页装修 4. 能确保店铺可正常访问	讲授 讨论或座谈 问题导向学习 分组合作学习 任务驱动学习	5

	4. 店铺装修与首页设计 5. 店铺上线与交叉体验	5. 了解店铺上线后的检查清单	5. 能对他店进行体验反馈	项目实战演练	
产品化运营与数据初探	1. AARRR模型与应用 2. 内容引流实战（小红书/抖音） 3. 社群运营基础 4. 数据诊断与优化 5. 冷启动方案策划	1. 理解AARRR模型的内涵 2. 掌握爆款内容的创作方法 3. 了解社群运营的基本策略 4. 熟悉电商核心数据指标 5. 掌握数据诊断与优化方法	1. 能完成冷启动方案策划 2. 能发布至少1条种草内容 3. 能基于数据诊断店铺问题 4. 能提出主图/标题等优化方案 5. 能输出《数据优化报告》	讲授 讨论或座谈 问题导向学习 分组合作学习 任务驱动学习 项目实战演练	5
综合实训：电商产品全流程实战	1. 用户画像与需求卡片 2. 竞品分析报告 3. 电商素材设计 4. 店铺上线与商品上架 5. 冷启动方案执行 6. 数据优化与复盘 7. 最终路演PPT制作	1. 掌握电商产品开发的完整流程 2. 掌握各阶段的知识要点 3. 了解路演PPT的结构与技巧 4. 熟悉评委提问的应对方法 5. 掌握项目复盘的方法	1. 能完成从0到1的全流程项目 2. 能输出7项任务成果物 3. 能完成8分钟路演展示 4. 能回答评委提问 5. 能完成项目复盘总结	任务驱动学习 项目实战演练 小组汇报 交叉互评 专家点评	10

五、课程项目进度安排

内容	课时	内容	课时	教师活动	学生活动	思政点
模块一：电商产品思维启蒙	1.1 什么是电商产品	互联网产品定义、电商产品的特殊性、产品经理职责与能力模型、电商产品开发流程	2	1. 讲解产品定义与电商产品特殊性 2. 展示“三只松鼠”包裹开箱视频 3. 组织讨论“你最近一次网购是因为什么？” 4. 布置任务1说明	1. 听讲并记录笔记 2. 观看视频并找出“产品设计点” 3. 参与课堂讨论 4. 了解任务1要求	培养用户思维，从用户需求出发设计产品，体现以人为本的理念
	1.2 用户画像与需求调研	用户画像概念与价值、用户需求调研方法（访谈、问卷、观察）、痛点分析与场景化描述	2	1. 讲解用户画像构建方法 2. 扮演“难缠的用户”进行现场访谈演示 3. 演示问卷星/腾讯问卷操作 4. 指导学生现场制作问卷	1. 听讲并记录 2. 参与访谈练习 3. 现场用手机制作3道题的问卷 4. 开始用户访谈准备	培养同理心，站在用户角度思考问题，理解“以人民为中心”的发展思想
	1.3 用户需求卡片制作	用户画像卡片填写、需求洞察整理、场景化描述技巧	2	1. 讲解XMind脑图工具使用 2. 以“学生点外卖”为例演示需求脑图 3. 巡回指导学生完成卡片 4. 组织小组互评	1. 跟练XMind操作 2. 小组完成用户画像与需求卡片 3. 参与“2赞1喷”互评 4. 根据反馈优化卡片	培养严谨认真的工作态度，确保用户数据的真实性和准确性
	1.4 课堂实战训练：为“日照绿茶”做用户画像	以日照绿茶为目标产品，完成用户画像与需求卡片	4	1. 介绍日照绿茶产业背景 2. 指导学生分组开展用户访谈 3. 巡回指导需求卡片制作 4. 组织成果展示与点评	1. 分组访谈3-5名真实用户 2. 完成日照绿茶用户画像 3. 制作需求卡片 4. 小组展示并接受点评	服务乡村振兴，用专业知识赋能地方特色产业，培养知农爱农情怀
模块二：市场分析与竞品拆解	2.1 电商平台流量逻辑	搜索流量vs推荐流量vs社交流量、淘宝/抖音/	2	1. 讲解三类流量逻辑 2. 用抖音“刷到你刚好想买”vs淘宝“搜到	1. 听讲并记录 2. 观看对比视频	理解公平竞争的市场环境，培养合规经营意识

		拼多多流量分发逻辑差异		你正好需要”对比 3. 分组代表抽签讲解一个平台	3. 分组准备平台讲解 4. 代表上台讲解	
	2.2 竞品分析方法	竞品分析维度（流量-转化-口碑）、竞品选择标准、分析框架	2	1. 讲解竞品分析维度与方法 2. 演示飞瓜数据/生意参谋基本操作 3. 现场查一个真实商品的数据 4. 确认每组对标账号/商品	1. 听讲并记录 2. 观看工具演示 3. 每组确定3个对标账号/商品 4. 开始数据收集	培养诚实守信的商业伦理，不窃取商业机密，遵守平台规则
	2.3 数据分析工具使用	飞瓜数据/生意参谋数据获取、Excel数据透视表基础操作	2	1. 详细演示工具各项功能 2. 讲解Excel数据透视表用法 3. 现场跟练：统计差评关键词 4. 发放Excel模板	1. 跟练工具操作 2. 练习数据透视表 3. 完成关键词统计练习 4. 收集竞品数据	培养数据思维，客观理性分析问题，避免主观臆断
	2.4 用户评价分析	好评里的满意点、差评里的机会点、评价分析方法	2	1. 讲解评价分析方法 2. 现场分析一个竞品的100条评价 3. 指导学生提炼洞察 4. 组织讨论发现	1. 听讲并记录 2. 分组分析评价数据 3. 提炼用户痛点和机会点 4. 分享发现	培养批判性思维，客观看待好评与差评，不误导消费者
	2.5 课堂实战训练：拆解“日照绿茶”竞品	以日照绿茶为目标，完成电商竞品分析报告	4	1. 指导学生确定竞品选择 2. 巡回指导数据分析 3. 检查报告框架完整性 4. 组织报告互评	1. 收集3-5个日照绿茶竞品数据 2. 完成竞品分析报告 3. 参与小组互评 4. 根据反馈优化报告	增强民族品牌自信，分析本土品牌与外来品牌的竞争优劣势
模块三：电商产品设计与开发	3.1 高转化详情页的秘密（FABE法则）	FABE法则（特点-优势-利益-证据）、详情页结构、AISAS模型	2	1. 展示3个详情页进行投票 2. 讲解FABE法则 3. 用“一瓶水”现场演练FABE 4. 拆解爆款商品详情页结构	1. 参与投票并说明理由 2. 听讲并记录 3. 参与FABE演练 4. 标注案例的FABE	培养精益求精的工匠精神，追求高质量产品展示
	3.2 主图与视频的“黄	高点击主图4种套路（对比、痛点、场景、卖	2	1. 进行主图对比实验	1. 参与主图记忆实验	培养创新思维，在遵守规范的前提下创造性地

	金3秒”	点)、爆款视频前3秒分析		2. 讲解4种主图套路（配案例） 3. 播放10个视频分析前3秒 4. 组织讨论规律	2. 记录每个套路案例 3. 分析视频前3秒 4. 总结爆款规律	表达
	3.3 Canva图片设计实战	Canva模板使用、主图设计、详情页设计、海报设计	2	1. 演示Canva各项功能 2. 现场做一个详情页头图 3. 指导学生完成草图 4. 解答操作问题	1. 跟练Canva操作 2. 完成详情页头图设计 3. 为自己的商品设计草图 4. 开始素材制作	重视知识产权，使用正版素材，注意图片版权
	3.4 剪映视频剪辑入门	剪映基础操作、15秒商品视频剪辑技巧	2	1. 演示剪映各项功能 2. 用素材库现场剪辑视频 3. 指导学生练习 4. 点评学生作品	1. 跟练剪映操作 2. 完成15秒商品视频剪辑 3. 小组内互评视频 4. 优化视频作品	尊重原创，打击盗版，规范二次创作，培养版权意识
	3.5 视觉素材评审会	主图/详情页/海报互评、优化建议收集、定稿确认	2	1. 组织作品展示 2. 从“电商转化”角度点评 3. 组织组间互评 4. 确认任务3提交	1. 展示主图+详情页 2. 参与“最佳视觉奖”投票 3. 给其他组写便利贴建议 4. 根据反馈优化提交	培养团队协作精神，虚心接受批评，客观评价他人
	3.6 课堂实战训练：为“日照绿茶”设计电商素材	以日照绿茶为目标，完成主图5张+详情页1份+海报1张	6	1. 介绍日照绿茶产品特点 2. 指导学生确定设计风格 3. 巡回指导设计过程 4. 组织最终评审	1. 完成日照绿茶主图设计 2. 完成详情页长图设计 3. 完成店铺首页海报 4. 参与互评并优化	提升民族自信，将日照绿茶文化与现代设计相结合，传播中国茶文化
模块四：店铺搭建与运营实战	4.1 开店前的必修课（平台选择）	淘宝/拼多多/抖音/微信小店优缺点对比、开店资料准备	2	1. 讲解各平台优缺点 2. 组织平台选择投票 3. 确认每组平台选择	1. 听讲并记录 2. 小组讨论投票决定平台 3. 准备开店资料	培养理性决策能力，选择最适合的平台而非盲目跟风

				4. 讲解开店资料要求	4. 完成开店准备	
	4.2 商品上架与标题优化	标题关键词组合技巧（核心词+属性词+场景词）、商品信息填写	2	1. 讲解标题优化技巧 2. 现场为一个商品组合3个标题 3. 演示商品上架流程 4. 指导学生填写商品信息表	1. 听讲并记录 2. 参与标题组合练习 3. 观看后台演示 4. 填写商品信息表	培养诚信经营意识，不夸大宣传，不虚假描述
	4.3 SKU设置与运费模板	规格、库存、价格设置技巧、不同地区运费设置逻辑	2	1. 讲解SKU设置技巧 2. 案例分析：这个SKU为什么好/不好 3. 演示运费模板设置 4. 指导学生现场设置	1. 听讲并记录 2. 参与SKU案例分析 3. 跟练运费模板设置 4. 完成自己店铺的模板	培养消费者权益保护意识，设置合理的价格和运费
	4.4 店铺装修实战	店铺首页布局、店招设计、分类导航设置	2	1. 讲解装修基本原则 2. 后台实操演示装修 3. 指导学生上传素材 4. 解答技术问题	1. 听讲并记录 2. 跟练装修操作 3. 上传任务3的素材 4. 完成店铺首页装修	培养审美素养，传播积极向上的视觉文化
	4.5 店铺上线发布会	店铺展示、交叉体验、问题反馈、店铺优化	2	1. 组织店铺二维码展示 2. 主持小组路演 3. 组织交叉体验 4. 确认任务4提交	1. 展示店铺二维码 2. 3分钟介绍店铺+商品 3. 逛他店并写下反馈 4. 根据反馈优化提交	培养开放包容的心态，虚心学习他人长处
	4.6 课堂实战训练：“日照绿茶”店铺上线	完成日照绿茶店铺注册、装修与商品上架	8	1. 指导店铺注册操作 2. 协助解决技术问题 3. 检查店铺完成度 4. 组织上线发布会	1. 完成店铺注册认证 2. 完成商品上架全流程 3. 完成店铺装修 4. 参与上线展示	培养创新创业精神，用互联网+赋能传统农业
模块五：产品化运营与数据初探	5.1 AARRR模型与应用	AARRR模型（获客-激活-留存-变现-推荐）、电商运营各环节	2	1. 讲解AARRR模型 2. 用瑞幸咖啡拆解每个环节 3. 指导学生画白板 4. 讲解核心数据指标	1. 听讲并记录 2. 参与案例拆解 3. 为自己的店铺设计AARRR	培养系统思维，全面考虑用户生命周期，不短视逐利

					4. 理解核心指标含义	
	5.2 内容引流实战（小红书）	爆款笔记的标题套路、封面套路、文案结构、发布技巧	2	1. 展示3篇成功的种草笔记 2. 分析“为什么火” 3. 讲解内容创作方法 4. 指导学生现场创作	1. 观看案例并分析 2. 分组找亮点 3. 为自己的商品写笔记 4. 参与互评优化	传播正能量，制作有价值的内容，不低俗博眼球
	5.3 内容引流实战（抖音）	爆款视频结构、前3秒设计、话题蹭热度、链接引导	2	1. 播放爆款视频案例 2. 分析视频结构 3. 讲解话题选择技巧 4. 演示发布流程	1. 观看案例并分析 2. 分组设计视频脚本 3. 学习话题选择 4. 准备发布内容	弘扬主旋律，传播社会主义核心价值观，不造谣不信谣
	5.4 数据诊断与优化	电商核心指标解读、问题诊断方法、优化方案设计	2	1. 组织数据复盘 2. 讲解问题诊断清单 3. 讲解优化方法（主图、标题、详情页、价格） 4. 发放诊断表	1. 汇报内容发布数据 2. 列出店铺问题清单 3. 学习优化方法 4. 填写诊断表	培养数据思维，用数据说话，客观理性分析问题
	5.5 优化方案互评	方案展示、可行性点评、交叉执行计划、方案定稿	2	1. 组织方案展示 2. 从“可行性”角度点评 3. 组织组间交易 4. 确认任务6提交	1. 5分钟展示优化方案 2. 接受点评并记录 3. 领取他组方案写执行计划 4. 提交优化报告	培养合作共赢意识，相互学习、共同进步
	5.6 课堂实战训练：“日照绿茶”冷启动与优化	完成日照绿茶冷启动方案执行与数据优化报告	6	1. 指导内容发布技巧 2. 协助数据诊断 3. 检查优化方案可行性 4. 组织互评优化	1. 发布至少1条种草内容 2. 收集店铺数据 3. 完成数据优化报告 4. 参与互评并优化	服务地方经济，用专业知识助力日照绿茶品牌建设
模块六：路演与复盘	6.1 商业模式与路演技巧	商业模式画布、路演PPT结构、演讲技巧、评委问答准备	2	1. 播放优秀路演视频 2. 讲解商业模式画布 3. 拆解路演案例结构	1. 观看视频并讨论 2. 用画布演练商业模式 3. 确定PPT框架	培养职业素养，展现大学生专业自信和精神风貌

				4. 指导演讲技巧练习	4. 每人30秒练习	
	6.2 最终路演+课程复盘	小组路演展示、评委问答、颁奖点评、课程复盘总结	2	1. 主持路演流程 2. 组织评委打分+投资 3. 宣布奖项并点评 4. 带领课程复盘	1. 8分钟路演+2分钟问答 2. 参与“投资币”投票 3. 听取专家点评 4. 每人1句话总结收获	总结提升，将课程收获转化为服务社会的实际行动
	6.3 课堂实战训练：项目路演	完成《电商产品化运营方案》PPT制作与路演	4	1. 指导PPT制作 2. 组织模拟路演 3. 邀请企业导师点评 4. 汇总课程成果	1. 完成PPT初稿 2. 参与模拟路演 3. 接受导师反馈 4. 提交最终成果	展示乡村振兴成果，用专业能力为地方经济发展贡献力量

六、考核方式与成绩评定

本课程形成性考核占50%；期末终结性考核占50%。其中项目完成情况评价标准如表所示。

项目考核评价标准

评价项目	配分	评价方式	细项配分	评价指标
平时成绩	30	出勤评量	20	教学记录本
		学习态度	10	教学记录本
项目考核	50	实作评价	50	任务作业评价
期末成绩	20	小组汇报	20	小组汇报
评价方式	小组汇报： ☒ 小考 ☐ 期中汇报 ☒ 期末汇报			
	实做评价： ☒ 作业 ☒ 实做成品 ☒ 日常表现 ☐ 表演 ☐ 观察 ☐ 轶事记录 ☒ 课堂项目			
	档案评量： ☐ 书面报告 ☐ 专题档案			
	口语评量： ☐ 口头报告 ☐ 口试			
	其它评量： ☐ 请说明：			

任务作业评价细则

任务	任务名称	配 分	评价指标
任务1	用户画像与需求卡片	10	用户画像清晰度（4分）、需求洞察深度（4分）、完成度（2分）
任务2	电商竞品分析报告	10	竞品选择合理性（3分）、分析维度全面性（4分）、洞察深度（3分）
任务3	电商素材设计	10	主图质量（4分）、详情页结构（4分）、海报创意（2分）
任务4	店铺上线与商品上架	10	店铺可访问性（3分）、商品完整性（4分）、操作规范性（3分）
任务5	新品冷启动方案	10	方案可行性（4分）、执行真实性（3分）、复盘深度（3分）
任务6	数据优化报告	10	诊断准确性（4分）、方案可行性（4分）、数据支撑（2分）
最终	电商产品化运营方案PPT	40	内容完整性（15分）、逻辑清晰度（10分）、视觉呈现（5分）、路演表现（10分）

项目考核采取系统评分和教师评分相结合的方式。

七、实训场地与设备器材（软件平台等）

1. 实训条件

实训项目	实训场地	实训内容	需使用的主要设备名称
电商产品思维启蒙	实训室	用户画像与需求调研	接入互联网的计算机 问卷星/腾讯问卷
市场分析与竞品拆解	实训室	竞品数据收集与分析	接入互联网的计算机 生意参谋/飞瓜数据 <i>Excel</i>
电商产品设计与开发	实训室	主图/详情页/海报设计	接入互联网的计算机 <i>Canva/Photoshop</i> 剪映
店铺搭建与运营实战	实训室	店铺注册/商品上架/装修	接入互联网的计算机 电商平台商家后台
产品化运营与数据初探	实训室	内容发布/数据诊断	接入互联网的计算机 小红书/抖音 电商数据工具
综合实训	实训室/直播间	全流程项目实战	接入互联网的计算机 拍摄设备/灯光设备

2. 学习资源及平台选用

网络资源、多媒体教学课件等教学资源下载地址：<http://www.tothink.cn/>

仿真实训软件：新媒体技术应用实训系统、电商运营模拟系统

参考平台：淘宝教育、抖音电商学习中心、小红书创作平台

3. 实训场地

直播间/拍摄基地

实训场地	数量	设备	数量
直播间	5	三脚架	20
		背景布	20
		环形灯	30
		LED拍摄灯光	30

实训场地	数量	设备	数量
		产品相关道具配饰	100

实训室：电脑60台，安装Photoshop、剪映、Canva等设计软件，可正常访问各大电商平台。

八、实训过程注意事项（教学建议）

进行实操之前先将理论部分内容讲解清楚，学生边听边做笔记，重要概念和工具使用方法需重点记录。实操遇到问题要小组进行讨论，解决不了的问题再汇总给老师，以探究学习为主，培养解决问题的能力。鼓励学生注册真实账号进行操作，但需注意个人信息安全和平台规则，避免违规操作导致账号受限。各小组需保存好所有过程性材料（截图、草稿、迭代版本），作为最终成果的支撑和评分的依据。教师需在关键节点（如开店、发布内容）进行进度检查，确保所有小组按时推进，避免后期赶工。重视互评环节的价值，引导学生从用户视角给其他小组提出建设性意见，培养同理心和批判性思维。鼓励学生将真实的地方特产、非遗文化作为项目选题，用专业知识服务乡村振兴，增强社会责任感。路演环节可邀请企业导师参与点评，给学生提供真实的职场反馈和行业视角。

九、其他（实训主要参考文献及资料等）

1. 师资条件

该课程由中级及以上职称的主讲教师承担，需要具备电商产品、电商运营或新媒体营销课程授课经验，具备互联网技术、市场营销、产品设计等复合型知识，熟悉互联网产品开发的前沿动态，熟悉电商企业岗位和工作任务，精通主流电商平台的实际操作，有企业实践或项目经验的教师优先。

建议采用“双师型”教学模式，邀请企业产品经理作为客座讲师参与部分课程或路演点评。

2. 参考教材及教学参考书建议

教材：

《电商产品经理：基于人货场的产品设计》，主编：曲卉，2022，机械工业出版社。

参考书：

《人人都是产品经理》，作者：苏杰，2017，电子工业出版社。

《电商产品经理宝典》，作者：刘志远，2020，电子工业出版社。

《电商运营：从0到1实战攻略》，作者：李想，2021，人民邮电出版社。

《抖音电商：短视频与直播运营》，作者：秋叶，2022，人民邮电出版社。

《用户画像：方法论与工程化解决方案》，作者：赵宏田，2021，机械工业出版社。

《精益创业》，作者：埃里克·莱斯，2012，中信出版社。

3. 在线资源推荐

人人都是产品经理社区（woshipm.com）

亿邦动力（ebrun.com）

淘宝大学（daxue.taobao.com）

抖音电商学习中心（school.jinritemai.com）

小红书创作平台（creator.xiaohongshu.com）

国家高等教育智慧教育平台（chinaooc.com.cn）

六、考核方式与成绩评定

本课程形成性考核占 50%；期末终结性考核占 50%。其中项目完成情况评价标

准如表所示。

项目考核评价标准

评价项目	配分	评价方式	细项配分	评价指标
平时成绩	30	出勤评量	20	教学记录本
		学习态度	10	教学记录本
项目考核	50	实作评价	50	任务作业评价
期末成绩	20	小组汇报	20	小组汇报
评价方式	小组汇报： ☐ 小考 ☒ 期中汇报 ☒ 期末汇报 实做评价： ☒ 作业 ☒ 实做成品 ☒ 日常表现 ☐ 表演 ☐ 观察 ☐ 轶事记录 ☒ 课堂项目 档案评量： ☐ 书面报告 ☐ 专题档案 口语评量： ☐ 口头报告 ☐ 口试 其它评量： ☐ 请说明：			

项目考核采取系统评分和教师评分相结合的方式。

七、实训场地与设备器材(软件平台等)

1.实训条件

项目名称	使用实验室名称	任务内容	
新媒体平台运营维护	实训室	新媒体平台选择日常内容 审核平台用户管理	接入互联网的计算机
			新媒体技术应用实训系统
内容运营	实训室	内容策划内容生产内容分发	接入互联网的计算机
			新媒体技术应用实训系统
活动运营	实训室	活动策划 活动推广与执行	接入互联网的计算机
			新媒体技术应用实训系统
新媒体数据分析应用	实训室	内容运营复盘活动运营复盘 用户运营复盘	接入互联网的计算机
			新媒体技术应用实训系统

2.学习资源及平台选用

网络资源、多媒体教学课件等教学资源下载地址：<http://www.tothink.cn/>

仿真实训软件：新媒体技术应用实训系统

3. 实训场地

短视频拍摄基地

实训场地	数量	设备	数量
直播间	5	三脚架	20
		背景布	20
		环形灯	30
		Led 拍摄灯光	30
		产品相关道具配饰	100

实训室，电脑 60 台。

八、实训过程注意事项 (教学建议)

- 1.进行实操之前先将理论部分视频观看一边，边看边做笔记；
- 2.实操遇到问题要小组进行讨论，解决不了的问题再汇总给老师，以探究学习为主。
- 3.教学视频不能拖动看，否则不计入时长。
- 4.视频无法观看，考虑浏览器的问题，统一用谷歌浏览器。

九、其他(实训主要参考文献及资料等)

1.师资条件

该课程由中级及以上职称的主讲教师，需要具备、互联网产品开发或新媒体 技术课 程授课经验，具备互联网技术、市场营销、企业管理、互联网产品开发等复合 型知

识，熟悉新媒体技术（运营/营销）发展前沿和趋势，熟悉互联网产品开发企业 岗位和工作任务，精通新媒体平台的实际操作。

2.参考教材及教学参考书建议

教材：《互联网产品开发》，主编：华迎，2021，人民邮电出版社。

参考书：《新媒体技术应用》，主编：南京奥派信息产业股份公司，2021，高等教育出版社。

《新媒体运营实战技能（第 2 版）》，秋叶,张向南,勾俊伟，2019，人民邮电出版社。

《新媒体运营实战》，祁较瘦，2019，人民邮电出版社。