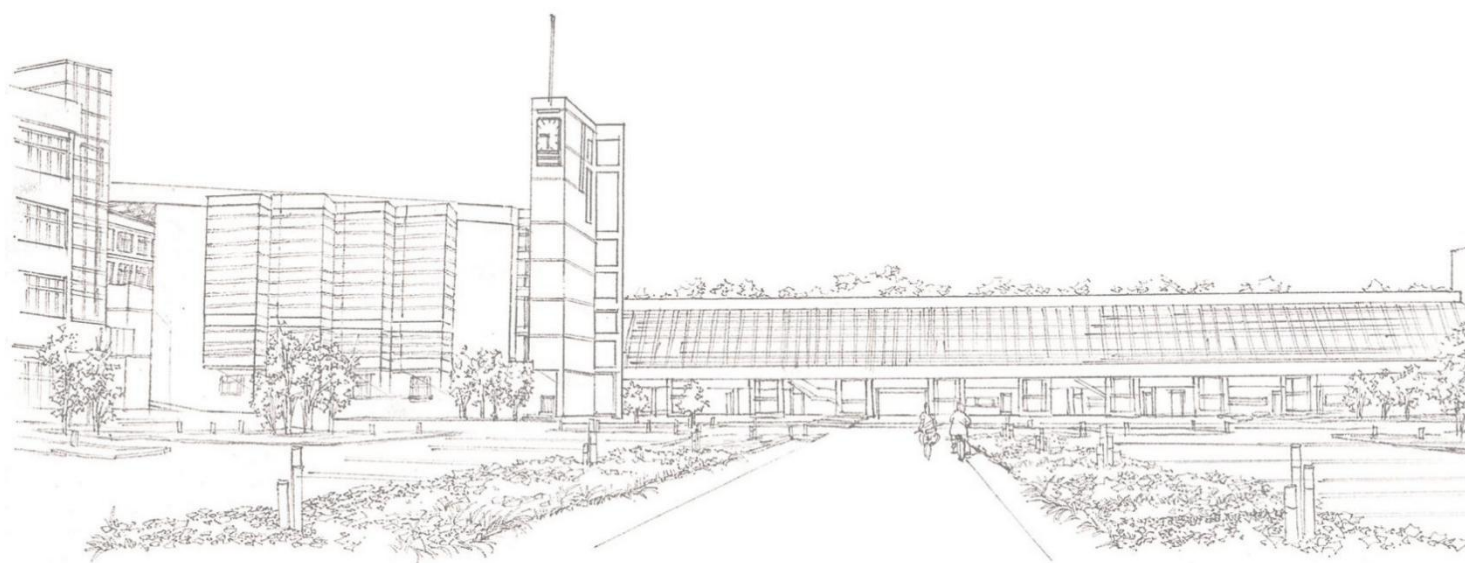




《互联网产品开发》课程标准

商学系



《互联网产品开发》课程标准

一、课程基本信息

课程代码	270634	课程性质	必修课
适用专业	电子商务	开设学期	5
课程类别	专业平台课程	课程类型	B 类（理论+实践）
学 分	3	总 学 时	48
学时分配	理论学时：15 ； 实践学时：15		
实施场所	实训室	授课方式	理实一体化课程
执笔人	张明		
审核人	张娇		
制订时间	2026. 06		

二、课程定位

本课程是电子商务专业的专业知识课程。

本课程是依据电子商务专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求而设置的，对本专业所面向的互联网产品开发主管等岗位（群）所需要的素质、知识和技能目标的达成起支撑作用。在课程设置上，前导课程有《电子商务基础》、《网络营销实务》。

三、课程目标

总体目标：

《互联网产品开发》课程是电子商务专业，特别是当前人工智能、移动电商时代电商领域非常重要的专业核心课程。课程立足于移动互联网时代背景，结合互联网产品策划设计工作的实际需要，以深入浅出的理论讲解和丰富多样的案例分析，使学生系统了解互联网产品经理的工作内容和流程，掌握结构化分析互联网产品的思维和方法，具有用户产品潜在需求

挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景、设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动；

课程按照认识互联网产品以及 AIGC(生成式人工智能)与互联网产品开发的关系、互联网产品定位与市场调研、互联网产品需求管理、互联网产品规划、互联网产品原型设计、互联网产品交互设计与开发、互联网产品项目管理与测试、互联网产品发布与运营、互联网产品开发评估与迭代创新的步骤，提升学生对互联网产品的结构化分析和思考能力，为开展创新创业项目的策划设计提供方法论，为以后从事互联网产品策划设计相关工作奠定初步的基础。由于对于互联网产品的理解和策划会根据互联网和计算机技术的进步与发展相应的改变与发展，课程会使学生 AIGC(生成式人工智能技术)发展对本专业的影响有深刻的理解，使学生具备发现与适应互联网与计算机技术发展快速发展的能力与相应的创新创业思维。同时产品策划与开发所涉及的相关知识与技能，和其针对用户在社会中的应用息息相关，本课程使学生在产品策划与开发的流程中可以熟悉相关的诚实诚信的道德规范，理解产品策划与设计中与公众安全、环境保护以及网络环境保护的社会责任，践行社会主义核心价值观。

1、素质目标

(1) 通过学习互联网产品开发基础理论，培养学生严谨的逻辑思维能力，提高学生分析问题、解决问题的能力，养成学生理论联系实际的习惯，同时引导学生树立正确的价值观，将技术应用于有益于社会发展的产品开发中。

(2) 通过市场调研与竞品分析的学习，培养学生敏锐的市场洞察力，提高学生对市场动态的把握能力，养成学生关注行业趋势的习惯，增强学生的职业素养和责任感。

(3) 通过产品需求管理与规划的学习，培养学生细致入微的观察力和换位思考的能力，提高学生对用户需求的理解能力，养成学生以用户为中心的产品开发习惯，培养学生的创新意识和团队协作精神。

(4) 通过原型设计与交互设计的学习，培养学生审美能力与创新思维，提高学生将创意转化为实际设计方案的能力，养成学生追求卓越、精益求精的习惯，培养学生的工匠精神和艺术素养。

(5) 通过项目管理与测试的学习，培养学生的时间管理能力和风险意识，提高学生应对项目中各种问题的能力，养成学生严谨的工作态度和良好的沟通协调习惯，培养学生的团队

合作精神和领导能力。

（6）通过产品发布与运营的学习，培养学生市场推广能力和用户服务意识，提高学生在市场竞争中获取优势的能力，养成学生持续学习、不断优化产品的习惯，培养学生的商业思维和运营理念。

（7）通过产品开发评估与迭代创新的学习，培养学生批判性思维和自我反思能力，提高学生对产品持续改进的能力，养成学生勇于创新、敢于突破的习惯，培养学生的长远发展眼光和战略思维。

（8）通过 AIGC 在各环节的应用学习，培养学生对新技术的接受能力和探索精神，提高学生运用新技术提升工作效率和质量的能力，养成学生积极关注科技前沿动态的习惯，培养学生的科技素养和创新意识，引导学生思考技术发展对社会的影响，树立正确的科技伦理观念。

2、知识目标

（1）掌握互联网产品的定义、分类及特点。

（2）掌握 AIGC 的定义与应用场景，了解 AIGC 在互联网产品中的应用案例，掌握 AIGC 大模型的选型与适配。

（3）掌握市场调研的方法，包括市场行情分析、行业形势分析、市场需求调研方法。

（4）掌握用户画像构建方法，了解用户画像在需求管理中的应用。

（5）掌握需求筛选原则，学会确定需求优先级的方法。

（6）掌握互联网产品开发项目的四种类型，了解互联网产品规划流程，掌握互联网产品路线图的制定与管理方法，学会撰写互联网产品需求文档（PRD）。

（7）了解使用 AIGC 生成产品创意与功能规划的方法，掌握使用 AIGC 辅助制作产品路线图的技巧。

（8）掌握 Axure 界面介绍、元件面板扩展、原型绘制流程、交互基础实例。

（9）掌握动态面板控件与功能、内联框架的高级应用，能够进行综合应用实例操作。

（10）了解使用 AIGC 绘制原型草图的方法，掌握使用 AIGC 辅助原型设计的技巧。

（11）掌握交互设计概述，了解交互设计的原则与方法。

（12）掌握 Axure 交互设计进阶内容，包括事件与用例、动作与交互样式、逻辑条件与

变量应用、中继器与动态内容展示。

（13）掌握产品发布渠道选择的方法，了解产品推广策略与渠道。

（14）掌握互联网产品迭代的缘由与目标，了解互联网产品迭代流程，掌握互联网产品迭代的注意事项。

（15）了解使用 AIGC 对产品进行功能升级建议的方法，掌握使用 AIGC 辅助用户支持和客户服务的技巧。

3、能力目标

（1）能熟练运用互联网产品的概念、分类及特点知识，对常见的互联网产品进行准确分类与分析，判断其是否符合互联网产品特点。

（2）能根据互联网产品的发展历程及趋势，对新兴互联网产品的发展方向做出合理预测，并撰写相关分析报告。

（3）能针对不同的互联网产品需求，选择合适的 AIGC 大模型，并进行有效的适配，提升产品性能。

（4）能运用市场行情分析、行业形势分析、市场需求调研方法，独立完成一份完整的市场调研报告，为产品定位提供有力依据。

（5）能运用竞争对手分析常用模型，对指定的竞争对手进行全面分析，并撰写高质量的竞争分析报告，提出针对性的竞争策略。

（6）能结合市场调研与竞品分析结果，运用产品定位策略，为互联网产品制定准确的定位方案，并清晰阐述定位依据。

（7）能根据产品需求与市场情况，运用商业模式知识，选择合适的商业模式，并对其组成要素进行详细规划。

（8）能针对不同的互联网产品应用场景，准确把握需求特点，制定相应的营销模式，并进行有效的营销活动策划。

（9）能按照互联网产品规划流程，结合产品开发项目的四种类型，制定合理的互联网产品路线图，并撰写完整的产品需求文档（PRD），确保产品开发团队能够准确理解产品需求。

（10）能熟练操作 Axure，包括界面介绍、元件面板扩展、原型绘制流程、交互基础实例等操作，能够独立完成一个完整的原型设计项目。

（11）能运用动态面板控件与功能、内联框架的高级应用技巧，解决复杂的原型设计问题，完成综合应用实例，提高原型设计的交互性和用户体验。

（12）能根据互联网产品特点，制定全面的测试计划，严格把控测试过程与质量，对测试结果进行准确分析，撰写清晰的测试报告，并对缺陷进行有效管理，确保产品质量。

（13）能使用 AIGC 辅助制作项目计划甘特图，直观展示项目进度安排，并运用 AIGC 辅助编写自动化测试脚本，提高测试效率和准确性。

（14）能根据产品特点和市场情况，选择合适的产品发布渠道，制定有效的推广策略，并运用多种推广渠道进行产品推广，提高产品知名度和市场占有率。

（15）能根据互联网产品迭代的缘由与目标，按照迭代流程，结合产品实际情况，合理安排产品迭代工作，注意迭代过程中的各种事项，确保产品持续优化和创新。

四、课程内容

1、课时分配表

模块	序号	单元（或项目）内容	学时分配	备注
探路：开发前的筹备秘籍	1	互联网产品开发基础	4	
	2	互联网产品定位与市场调研	4	
	3	互联网产品需求管理	4	
	4	互联网产品规划	4	
动手：开发中的实战攻坚	5	互联网产品原型设计	12	
	6	互联网产品交互设计与开发	8	
	7	互联网产品项目管理与测试	4	
“续航：开发后的运营与升级”	8	互联网产品发布与运营	4	
	9	互联网产品开发评估与迭代创新	4	
总学时			48	

2、单元（或项目、任务）设计

模块 1	探路：开发前的筹备秘籍	学时	理论	
			实践	
			一体化	22

学习目标：概括本单元的学习目标，包含素质、知识、能力等目标	
◆素质目标 通过分析华为鸿蒙系统开发案例，树立民族科技品牌自信 通过用户需求伦理分析，培养科技向善的职业价值观 ◆知识目标 掌握市场调研的 SWOT/PEST 分析法 理解产品定位的 STP 理论模型 掌握需求优先级评估的 MoSCoW 法则 ◆能力目标 能独立完成竞品分析报告 能绘制用户画像和使用场景图	
课程思政案例	
1. 《鸿蒙系统的自主创新之路》：解析华为突破技术封锁研发国产操作系统历程 思政元素：培养科技报国信念，强化核心技术自主创新意识，中国梦教育+工匠精神培育 2. 《中国互联网企业的崛起》：介绍阿里巴巴、腾讯等中国互联网企业的发展历程，从最初的创业艰难时期，到如今成为全球知名的互联网巨头。讲述这些企业在发展过程中如何坚持自主创新，如何在国际竞争中立足，以及它们对中国经济发展和社会进步做出的巨大贡献。 思政元素：激发学生的爱国情怀和民族自豪感，让学生看到中国互联网企业的实力和潜力，增强学生对中国特色社会主义的认同。同时，通过这些企业的创业故事，培养学生的奋斗精神和创新意识，让学生明白成功需要付出努力和坚持。	
主要内容	主要教学方法
● 互联网产品生命周期理论 ● 用户需求采集与分析方法 ● 市场定位策略制定 ● 产品路线图规划方法 ● 风险管理预案制定 ★ 教学重点 互联网产品的特点和分类 市场调研方法和竞品分析模型的应用 需求筛选原则和需求优先级确定方法	企业案例研讨 情景模拟决策 项目驱动法
	教学地点
	包含一体化教室
	教学及参考资料
	1. 虎嗅 2. 人人都是产品经理 3. PMCAFF

★ 教学难点 竞品分析报告的撰写 用户画像在需求管理中的深度应用	4. 即刻
	练习与习题建议
	设计教育 App 的需求优先级清单 绘制社区团购平台用户旅程地图
考核与评价方式说明	权重分配
个人作业：教育领域竞品分析报告（40%） 小组汇报：产品定位方案路演（60%）	30%

模块 2	“动手：开发中的实战攻坚”	学时	理论	
			实践	
			一体化	32
学习目标：概括本单元的学习目标，包含素质、知识、能力等目标				
◆素质目标 通过腾讯健康码开发案例，强化科技向善的社会责任感 通过原型设计规范训练，培养严谨细致的职业作风 ◆知识目标 通过实际操作和案例分析，了解互联网产品原型设计的概念与价值，掌握主流原型设计软件（如 Axure）的基本使用方法。 通过理论讲解和实例展示，了解交互设计的基础知识，掌握 Axure 交互设计的进阶技巧，如事件与用例、动作与交互样式等。 通过项目管理理论学习和实践操作，了解产品项目管理的基本流程，掌握项目计划制定、项目风险识别与应对策略等方法。 ◆能力目标 能完成高保真交互原型 能制定迭代开发计划 能实施可用性测试				
课程思政案例				

1. 《健康码背后的技术担当》：腾讯研发团队 72 小时上线抗疫健康码系统 思政元素：科技企业的社会责任担当，社会主义核心价值观教育 2. 《字节跳动的海外合规挑战》：介绍字节跳动公司在海外市场的合规挑战，如在不同国家和地区面临的法律法规差异、数据隐私保护等问题。通过实际案例分析，讲述字节跳动公司如何在海外市场严格遵守当地法律法规，确保产品开发过程合法合规。 思政元素：培养学生的宪法法治意识，让学生了解互联网产品开发过程中的法律风险，增强学生的法律意识和责任感。引导学生在产品开发过程中严格遵守法律法规，确保产品合法合规。	
主要内容	主要教学方法
● 互联网产品原型设计基础 ● 低保真原型设计 ● Axure 基础与应用 ● 高级原型设计技巧 ● 交互设计基础 ● Axure 交互设计进阶 ★ 教学重点 低保真原型设计步骤：掌握低保真原型设计的具体步骤和方法，能够根据需求描述和设计目标完成低保真原型设计。 交互设计原则与方法：理解交互设计的基本原则和方法，能够在原型设计中应用这些原则和方法，提高产品的用户体验。 Axure 交互设计技巧：掌握 Axure 交互设计的进阶技巧，如事件与用例、动作与交互样式等，能够实现产品的动态交互效果。 ★ 教学难点 高级原型设计技巧的应用：高级原型设计技巧如动态面板控件、内联框架的高级应用等较为复杂，需要具备较强的逻辑思维能力和创新能力，才能在实际项目中灵活应用这些技巧。 交互设计的用户体验优化：交互设计需要考虑用户的操作习惯和体验，如何在原型设计中实现用户体验的优化，是需要重点掌握的内容，这需要学生具备较强的用户思维 and 创新能力。	项目驱动教学 案例分析法 缺陷扑克牌游戏
	教学地点
	一体化教室
	教学及参考资料
	1. 虎嗅 2. 人人都是产品经理 3. PMCAFF 4. 即刻
	练习与习题建议
	模拟测试：根据给定的产品需求文档，使用 Axure 绘制高保真原型，并设置相应的交互效果。 优化政务小程序的信息架构 设计短视频 App 的 A/B 测试方案
考核与评价方式说明	权重分配
实践作业：可交互原型作品（50%）	40%

过程考核：每日学习记录（20%）	
测试报告：BUG 跟踪文档（30%）	

模块 3	“续航：开发后的运营与升级”	学时	理论	
			实践	
			一体化	10
学习目标：概括本单元的学习目标，包含素质、知识、能力等目标				
◆素质目标 通过字节跳动扶贫项目运营，树立科技赋能乡村振兴意识 通过用户隐私保护案例，强化数据安全法律意识 ◆知识目标 通过实际案例分析和课堂讨论，了解产品发布渠道选择的重要性，掌握产品推广策略与渠道的基本方法 通过理论讲解和实例展示，了解产品运营分析的基本内容，掌握收益分析、活动管理、用户关系维护等方法 通过项目评估与风险管理理论学习，了解产品迭代的缘由与目标，掌握产品迭代流程和注意事项 ◆能力目标 能根据产品特点和市场需求，选择合适的产品发布渠道，并制定有效的产品推广策略 能运用运营数据分析方法，对产品运营数据进行分析，制定数据驱动的运营决策 能运用项目评估与风险管理方法，对产品开发项目进行评估和管理，确保产品开发过程顺利进行				
课程思政案例				
1. 《山货上头条的助农实践》：字节跳动搭建农产品数字营销体系 思政元素：数字经济服务国家乡村振兴战略，家国情怀教育+劳动教育 2. 《阿里巴巴在疫情期间的社会责任》：介绍阿里巴巴公司在疫情期间为商家提供扶持政策，如减免平台服务费、提供物流支持等，帮助商家渡过难关。同时，阿里巴巴还推出了多项公益项目，如为医护人员提供免费物资、为学生提供在线教育服务等。 思政元素：培养学生的社会责任感，让学生明白互联网产品不仅仅是商业产品，更是社会产品，需要承担一定的社会责任。引导学生在产品开发和运营过程中，关注社会需求，为社会做出贡献。				
主要内容			主要教学方法	
● 产品发布渠道选择			数字营销模拟 案例分析法	

● 用户分层运营方法 ● 舆情监控体系构建 ● 产品推广策略与渠道 ● 产品生命周期管理 ● 产品开发评估与迭代创新 ★教学重点 产品发布渠道选择方法 产品推广策略与渠道应用 产品运营分析方法 产品迭代流程与注意事项 ★ 教学难点 产品推广策略的创新与优化 产品运营分析的深度与广度 产品迭代的项目管理	小组讨论法
	教学地点
	一体化教室
	教学及参考资料
	1. 虎嗅 2. 人人都是产品经理 3. PMCAFF 4. 即刻
	练习与习题建议
考核与评价方式说明 {A 类课可不填写}	撰写一篇关于某款互联网产品（如在线教育产品）的推广方案，包括推广目标、推广渠道、推广策略等内容。 设计在线教育产品用户召回方案 制定社交 App 的敏感词过滤机制
平时作业：撰写产品推广方案、产品运营分析报告等，考察学生对知识的掌握程度和应用能力，占总成绩的 30%。 课堂汇报：组织学生进行课堂汇报，展示小组的产品发布与运营成果、产品开发评估与迭代创新方案等，占总成绩的 20%。 实践操作：安排学生进行实际的产品发布与运营、产品开发评估与迭代创新实践操作，占总成绩的 20%。	30%

五、课程实施计划

周次	课号	授 课 章 节、 主 要 内 容	时数	作 业	备注
1	1	项目 1 互联网产品开发基础 课程导论	2		
1	2	任务 1.1 互联网产品基础	2		
2	3	任务 1.2 AIGC 与互联网产品开发	2	课后作业	
2	4	项目 2 互联网产品定位与市场调研 2.1-2.2 市场调研和竞品分析	2		
3	5	2.3-2.4 市场定位和 AIGC 进行互联网市场调研和定位	2	课后作业	
3	6	项目 3 互联网产品需求管理 3.1-3.2 需求的本质和用户画像分析	2		
4	7	3.3 需求筛选与优先级排序	2	课后作业	
4	8	3.4 AIGC 进行产品需求管理	2		
5	9	项目 4 互联网产品规划 4.1-4.2 商业模式分析和互联网产品应用场景	2		
5	10	4.3 互联网产品规划与路线图	2	课后作业	
6	11	4.4 AIGC 进行互联网产品规划	2		
6	12	项目 5 互联网产品原型设计 5.1-5.2 原型设计基础与设计前准备	2		
7	13	5.3.1 -5.3.2Axure 界面及元件面板	2	课后作业	

7	14	5.3.3 原型绘制流程	2		
10	15	5.3.4 交互基础实例	2	课后作业	
10	16	5.4.1 动态面板控件与功能	2	课后作业	
10	17	5.4.2 内联框架的高级应用	2		
11	18	5.4.3 综合应用实例	2	课后作业	
11	19	5.5 AIGC 进行产品原型设计	2		
11	20	项目 6 互联网产品交互设计与开发 6.1-6.2.1 交互设计基础和事件用例	2		
12	21	6.2.2 动作与交互样式	2		
12	22	6.2.3 逻辑条件与变量应用	2	课后作业	
12	23	6.2.4 中继器与动态内容展示	2	课后作业	
13	24	6.4 整站原型实践	2		
13	25	项目 7 互联网产品项目管理与测试 7.1 项目计划与管理	2		
13	26	7.2-7.3 项目基础规划和产品测试	2		
16	27	7.4 AIGC 进行项目管理与测试	2	课后作业	
16	28	项目 8 互联网产品发布与运营 8.1 互联网产品发布	2		
16	29	8.2 互联网产品运营分析	2		
17	30	8.3 AIGC 进行产品发布与运营	2	课后作业	
17	31	项目 9 互联网产品开发评估与迭代创新 9.1-9.2 项目评估与风险管理和互联网产品迭代	2		
17	32	9.3AIGC 进行产品开发评估与迭代创新	2		

六、课程考核

课程教学评价是课程建设的一个重要环节。课程采用**过程性考核方式**，考核主体包括教师和学生或者企业人员多元性评价主体，考核项目包括职业素养（出勤、团队合作、创新、6S 管理），职业能力（各项目任务、方案实操）和分项测试组成。在进行教学改革的同时，

对知识技能的测试进行改革。对学生成绩的评定不仅要测试学生对理论知识的掌握程度，更要测试学生把理论应用于实际的能力。通过考核的导向作用，引导学生加强基本能力的培养，重视所学知识与实际的结合。

1、考核方法：

（1）过程考核：依据学生的掌握技能、学习态度、作业提交和提问情况等。

（2）自主项目考核：依据学生结合课程独立设计开发完成的互联网产品原型及推广效果。

（3）期末考核：依据实践作品开发汇报情况考核

（4）总评考核：期末考核 30%+过程考核 60%（含技能 40%，态度 20%，作业 30%，提问 10%）+自主项目考核 10%

2、考核要求：

（1）过程考核要求：按照学生平时上课表现情况、完成项目进度和质量的情况。

（2）自主项目考核要求：按照学生独立开发完成的作品进度和质量情况。

（2）期末考试要求：着重学生进行互联网产品开发流程及汇报分享的综合应用能力。

六、

六、课程实施

1、教学方法建议

针对高职电商专业学生的特点，结合本课程的教学目标要求和课程特点，在企业 and 校园真实工作任务导向下，选择适合于本课程的最优化教学法。综合考虑教学效果和教学可操作性等因素，本课程选用情景式教学法、角色扮演法、案例教学法、问题探究法等各种形式灵活运用。

情景式教学法：根据校园真实环境、校企合作企业真实的工作情景以及工作任务，将每节课导入到每个工作环节，让学生能够更加真实的了解到各个模块学习的最终目的和目标，同时更有体验感。

角色扮演教学法：互联网产品开发看重的是消费者的体验与感受，在教学中将学生作为顾客和企业双重的角色进行模拟扮演，了解不同的人群对于设计作品的要求，从而开发制作

出优秀的互联网产品。

案例教学法：在学习的过程中，精选“课程思政”案例素材，选择与教学目标契合、与教学内容联系紧密的，学生感兴趣的社会问题、热点问题，寓道于教、寓德于教、寓教于乐，。

项目教学法：在老师的指导下，将一个相对独立的项目交由学生自己处理，信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，都由学生自己负责，学生通过该项目的进行，了解并把握整个过程及每一个环节中的基本要求。其最显著的特点是“以项目为主线、教师为引导、学生为主体”。

2、师资条件要求

课程教学主要由双师型专任教师和企业兼职教师共同完成。具有企业实践经历的双师型校内专任教师可负责内容的演示、模拟操作训练、学生部分考核；企业兼职教师应具备明确互联网产品开发岗位需要的相关技能，熟悉设计与开发的流程，负责学生在校外实训基地的学生参观、见习、实践部分以及学生部分实践考核。

3、教学条件基本要求

校内实训基地条件，课程需要在校内生产性实训基地实施理实一体化的项目教学，实训基地应有效导入企业真实项目，并形成相应的工作场景构建，同时需要提供小组学习空间和计算机设备；

积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源，使教学从单一媒体向多种媒体转变；教学活动从信息的单向传递向双向转换转变；学生单独学习向合作学习转变。同时应积极创造条件搭建远程教学平台，扩大课程资源的交互空间；

校外实训基地条件，需要合作企业能够提供相关交互设计或开发或美工的相关岗位，能够将学生引入企业真实项目中，达到工学交替、工学结合的目的。

八、课程资源

1、教材选用或编写建议

《互联网产品开发》 蔡丽巍马胜铭等，人民邮电出版社，2026年2月，第1版

2、教学资源开发与利用

(1) 教学平台资源建设，智慧职教网络课程《互联网产品开发》等

(2) 信息化教学资源建设，《互联网产品开发》课程配套多媒体课件、多媒体素材等；

(3) 其它教学资源的开发与利用，借助 1+X 职业技能等级认定网店运营平台、企业真实网店平台等。

(4) 网络资源及自主开发资源的利用。

①UI 设计.com: <http://www.uisheji.com/>

②视觉同盟: <http://www.visionunion.com/interface.jsp>

③吾爱主题: <http://android.5izhuti.com/zt/go/>